

UDENRIGSMINISTERIET

EUROPAUDVALGET

Alm. del - bilag 1597 (offentligt)

Medlemmerne af Folketingets Europaudvalg
og deres stedfortrædere

Asiatisk Plads 2
DK-1448 København K
Tel. +45 33 92 00 00
Fax +45 32 54 05 33
E-mail: um@um.dk
Telex 31292 ETR DK
Telegr. adr. Etrangeres
Girokonto 300-1806

Bilag
1

Journalnummer
400.C.2-0

Kontor
EU-sekr.

7. august 2001



Til underretning for Folketingets Europaudvalg vedlægges Kommissionens
grønbog vedrørende fremme af en europæisk ramme for virksomhedernes
sociale ansvar, KOM(2001) 366 endelig.



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

400 I. 1-3

Bruxelles, den 18.7.2001
KOM(2001) 366 endelig

18.7.2001

GRØNBOG

Fremme af en europæisk ramme for virksomhedernes sociale ansvar

(forelagt af Kommissionen)

INDHOLDSFORTEGNELSE

GRØNBOG om fremme af en europæisk ramme for virksomhedernes sociale ansvar	1
Resumé	3
1. Indledning	4
2. Hvad er virksomhedernes sociale ansvar?	6
2.1. Virksomhedernes sociale ansvar: den interne dimension	8
2.1.1. Personaleledelse og -udvikling	8
2.1.2. Sundhed og sikkerhed på arbejdspladsen	9
2.1.3. Tilpasning til forandringer	9
2.1.4. Forvaltning af virkninger på miljøet og naturressourcer	10
2.2. Virksomhedernes sociale ansvar: den eksterne dimension	11
2.2.1. Lokalsamfund	11
2.2.2. Forretningspartnere, leverandører og forbrugere	12
2.2.3. Menneskerettigheder	13
2.2.4. Globale miljøhensyn	15
3. En holistisk tilgang til virksomhedernes sociale ansvar	15
3.1. Socialt ansvarlig ledelse	16
3.2. Socialt ansvar i rapportering og revision	16
3.3. Kvalitet på arbejdspladsen	18
3.4. Social mærkning og miljømærkning	19
3.5. Socialt ansvarlig investering	20
4. Høringsprocessen	22
BILAG	25
Begreber	25
Nyttige Internet links	27

RESUMÉ

1. Et stigende antal europæiske virksomheder fremmer deres strategier for udøvelse af socialt ansvar som reaktion på forskellige former for socialt, miljømæssigt og økonomisk pres. De ønsker at sende et signal til de forskellige interessenter, de har forbindelse med: medarbejdere, aktionærer, investorer, forbrugere, offentlige myndigheder og NGO'er. Virksomhederne gør dette for at investere i deres fremtid, og de forventer, at deres frivillige engagement vil bidrage til at øge deres rentabilitet.
2. Allerede i 1993 fremsatte den daværende formand for Kommissionen Jacques Delors en appel til det europæiske erhvervsliv om at deltage i bekæmpelsen af social udstødelse, hvilket førte til en stærk mobilisering og til, at der blev udviklet et europæisk virksomhedsnetværk. I marts 2000 rettede Det Europæiske Råd i Lissabon en særlig appel til virksomhederne om at udvise social ansvarlighed vedrørende god praksis for livslang uddannelse, arbejdstilrettelæggelse, lige muligheder, social inddragelse og bæredygtig udvikling.
3. Ved at fastslå, at de har et socialt ansvar, og ved frivilligt at påtage sig forpligtelser ud over de almindelige, lovfæstede og konventionelle krav, som de under alle omstændigheder skulle opfylde, bestræber virksomhederne sig på at højne standarderne for social udvikling, miljøbeskyttelse og respekt for grundlæggende rettigheder og vælger en åben styring, hvor de forener de forskellige interessenters interesser i en samlet strategi præget af kvalitet og bæredygtighed. Alle disse aspekter er vigtige, men grønbogen fokuserer hovedsagelig på virksomhedernes ansvar på det sociale område.
4. Denne indsats fører til udvikling af nye partnerskaber og nye indsatsområder for eksisterende forhold. Inden for virksomheden sker dette gennem den sociale dialog, i forbindelse med erhvervelse af kvalifikationer, lige muligheder, foregribelse og styring af forandringer; på lokalt eller nationalt plan sker det i forbindelse med styrkelse af økonomisk og social samhørighed og sundhedsbeskyttelse; og mere generelt på globalt plan i forbindelse med miljøbeskyttelse og respekt for grundlæggende rettigheder.
5. Det er hovedsagelig store virksomheder, der anvender begrebet socialt ansvar, selv om der kan findes socialt ansvarlig praksis i alle typer virksomheder, både offentlige og private, herunder SMV'er og andelsselskaber.
6. Den Europæiske Union beskæftiger sig med virksomhedernes sociale ansvar, eftersom det kan bidrage positivt til at opfylde det strategiske mål, der blev vedtaget i Lissabon: "at blive den mest konkurrencedygtige og dynamiske videnbaserede økonomi i verden, en økonomi, der kan skabe en holdbar økonomisk vækst med flere og bedre job og større social samhørighed".
7. Denne grønbog har til formål at skabe en bred debat om, hvordan EU kan fremme virksomhedernes sociale ansvarlighed både i EU og på internationalt plan og især om, hvordan vi får mest ud af de eksisterende erfaringer, fremmer udvikling af nyskabende metoder, skaber større gennemsigtighed og gør evaluering og validering mere pålidelige. Der foreslås en strategi baseret på mere forpligtende partnerskaber, hvor alle aktører spiller en aktiv rolle.

1. INDLEDNING

8. Virksomhedernes sociale ansvar betyder i al væsentlighed, at virksomhederne frivilligt beslutter sig til at bidrage til et bedre samfund og et renere miljø. I en tid, hvor EU bestræber sig på at indkredse sine fælles værdier og vedtager et charter for grundlæggende rettigheder, erkender et stigende antal europæiske virksomheder, at de har et socialt ansvar, som de opfatter som en del af deres identitet. Dette ansvar kommer til udtryk over for de ansatte og mere generelt over for alle interessenter, der bliver påvirket af virksomhedernes økonomiske aktivitet, og som også har indflydelse på, om den får succes.
9. Denne udvikling afspejler europæiske borgeres og interessenters voksende forventninger til virksomhedernes nye rolle i dagens samfund, som er under stadig forandring. Dette er i tråd med det grundlæggende budskab i den strategi for bæredygtig udvikling for Europa, der blev vedtaget på Det Europæiske Råd i Göteborg i juni 2001 om, at økonomisk vækst, social samhørighed og miljøbeskyttelse på lang sigt går hånd i hånd.
10. Mange faktorer ligger til grund for, at virksomhedernes sociale ansvar efterhånden er blevet en realitet:
 - nye bekymringer og forventninger fra borgere, forbrugere, offentlige myndigheder og investorer i forbindelse med globaliseringen og de storstilede industrielle ændringer,
 - sociale kriterier påvirker i stigende grad enkeltpersoners og institutioners investeringsbeslutninger, både når de handler som forbrugere og som investorer,
 - øget bekymring over den skade, økonomisk aktivitet forårsager på miljøet,
 - den gennemsigthed i erhvervslivets aktiviteter, der skabes af medier og moderne informations- og kommunikationsteknologier.

Erhvervslivet og virksomhedernes sociale ansvar (VSA)

11. Virksomhederne selv står over for udfordringerne i et miljø, der ændrer sig i forbindelse med globaliseringen og især det indre marked, og de bliver derfor stadigt mere bevidste om, at en social ansvarlighed kan have en direkte økonomisk værdi. Skønt en virksomheds primære ansvar er at skabe profit, kan virksomheden samtidig bidrage til at opfylde sociale og miljømæssige mål ved at integrere social ansvarlighed som en strategisk investering i virksomhedens kernestrategi, ledelsesinstrumenter og operationer.
12. Hvor virksomhedernes sociale engagement er en proces, der giver dem mulighed for at forvalte deres relationer til forskellige interessenter, der kan have reel indflydelse på deres tilladelse til at drive virksomhed, bliver virksomhedernes interesse indlysende. Det bør derfor i lighed med kvalitetsstyring behandles som en investering, ikke som en omkostning. De kan dermed få en samlet økonomisk, kommerciel og social indfaldsvinkel, der fører til en langsigtet strategi, hvor der er færre risici i forbindelse med usikkerhed. Virksomhederne bør fremme social ansvarlighed både internationalt og i EU og gennem hele deres forsyningskæde.

I sin redegørelse "Releasing Europe's employment potential: Companies' views on European Social Policy beyond 2000" har den europæiske arbejdsgiversammenslutning UNICE (Union of Industrial and Employers' Confederations of Europe) understreget, at europæiske

virksomheder opfatter sig som en integreret del af samfundet, eftersom de handler socialt ansvarligt; anser profit for at være virksomhedens hovedmål, men ikke dens eneste "raison d'être" og vælger at tænke langsigtet, når det gælder strategiske beslutninger og investeringer.

Den politiske sammenhæng

13. På EU-plan ligger udfordringen i at finde frem til, hvordan virksomhedernes sociale ansvarlighed kan bidrage til at opfylde Lissabon-målet om at opbygge en dynamisk, konkurrencedygtig og sammenhængende videnbaseret økonomi. Det Europæiske Råd i Lissabon rettede en særlig appel til virksomhederne om at udvise social ansvarlighed vedrørende god praksis for livslang uddannelse, arbejdstilrettelæggelse, lige muligheder, social inddragelse og bæredygtig udvikling.
14. Kommissionen fremhævede i sin social- og arbejdsmarkedspolitiske dagsorden, som efterfølgende blev støttet af Det Europæiske Råd i Nice, den rolle virksomhedernes sociale ansvarlighed spiller for beskæftigelsen og de sociale følger af den økonomiske og markeds-mæssige integration og for tilpasningen af arbejdsvilkårene til den nye økonomi. Endvidere opfordrede Det Europæiske Råd på sit topmøde i Nice Kommissionen til at arbejde for, at virksomhederne indgik et partnerskab med arbejdsmarkedets parter, NGO'er, lokale forvaltninger og organisationer, der administrerer sociale tjenester. Virksomhederne skal inddrages i dette partnerskab for at styrke deres sociale ansvarlighed. Det Europæiske Råd i Stockholm så med tilfredshed på de initiativer, som erhvervslivet havde taget til at fremme virksomhedernes sociale engagement og henviste til denne grøn bog som et middel til at fremme en bred ideudveksling med henblik på at fremme yderligere initiativer på dette område.
15. Kommissionens meddelelse om bæredygtig udvikling, der blev bakket op på Det Europæiske Råd i Göteborg, understregede betydningen af virksomhedernes sociale ansvar: *"Den offentlige politik spiller også en nøglerolle med hensyn til at styrke opfattelsen af et større socialt ansvar og skabe de rette rammer for, at virksomhederne integrerer miljømæssige og sociale hensyn i deres aktiviteter ... Virksomhederne bør ansøres til en proaktiv tilgang til bæredygtig udvikling i deres transaktioner i såvel EU som andre steder."*
16. Denne debat hænger også sammen med Kommissionens overvejelser om hvidbogen om nye beslutningsstrukturer i Den Europæiske Union. Da virksomhedernes sociale ansvarlighed i høj grad bidrager til at skabe et gunstigt klima for iværksætterkulturen, hænger den også sammen med Kommissionens mål om at skabe et erhvervsvenligt, nyskabende og åbent Europa - "Enterprise Europe".

Virksomhedernes sociale ansvar har store implikationer for alle økonomiske og sociale aktører og for offentlige myndigheder, der bør tage hensyn hertil, når de planlægger deres egne aktioner. Flere medlemsstater har erkendt betydningen heraf og har truffet aktive foranstaltninger for at fremme det. Da medlemsstaterne alle står over for de samme udfordringer, kan de lære af hinandens erfaringer. Overordnet kunne Europa-Kommissionen fremme virksomhedernes sociale ansvarlighed gennem sine programmer og aktiviteter. Det er desuden nødvendigt at sikre, at de enkelte indfaldsvinkler til virksomhedernes sociale ansvar hænger sammen med og også stemmer overens med Fællesskabets politikker og med internationale forpligtelser. I Danmark lancerede socialministeren i 1994 en kampagne "Det angår os alle - et initiativ om virksomhedernes sociale medansvar", http://www.vsa.sm.dk/om_vsa/index.html, og i 1998 oprettede man Copenhagen Centre.

I Det Forenede Kongerige blev der i marts 2000 udnævnt en minister for virksomhedernes sociale ansvar. Der er nedsat en tværministeriel gruppe, der skal forbedre samordningen af aktiviteterne til fremme af det sociale ansvar i hele regeringen.

17. På internationalt plan er EU gennem foranstaltninger som handels- og udviklingssamarbejde direkte involveret i spørgsmål vedrørende markedsadfærd. En EU-strategi for virksomhedernes sociale ansvar skal derfor afspejle og være integreret i en bredere kontekst af forskellige internationale initiativer, såsom UN Global Compact (2000), ILO's Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy (1977/2000), OECD Guidelines for Multinational Enterprises (2000). Disse initiativer ikke er juridisk bindende, men de regeringer, som har tiltrådt OECD-retningslinjerne, har forpligtet sig til at arbejde for, at erhvervslivet faktisk overholder dem. Europa-Kommissionen har forpligtet sig til aktivt at fremme OECD-retningslinjerne¹. Overholdelse af ILO's vigtigste arbejdsstandarder (foreningsfrihed, afskaffelse af tvangsarbejde, forbud mod forskelsbehandling og udryddelse af børnearbejde) er kernen i virksomhedernes sociale ansvar; indsatsen for at sikre, at de overvåges og overholdes, bør styrkes.²
18. En EU-strategis vigtigste bidrag vil være at supplere eksisterende aktiviteter og give dem øget værdi ved at:
- etablere en overordnet EU-ramme, der sigter mod at fremme kvaliteten og sammenhængen i metoderne for udøvelse af socialt ansvar gennem udvikling af brede principper, metoder og værktøjer og fremme af god praksis og nyskabende ideer.
 - støtte metoder baseret på god praksis for omkostningseffektiv evaluering og uafhængig kontrol af virksomhedernes udøvelse af deres sociale ansvar for således at sikre effektivitet og troværdighed.
19. Denne grøn bog har til formål at skabe en bred debat og indhente synspunkter om virksomhedernes sociale ansvar på nationalt plan, i EU og internationalt. Det er Kommissionen håb, at resultatet af dette initiativ vil blive nye rammer for fremme af virksomhedernes sociale ansvar.

2. HVAD ER VIRKSOMHEDERNES SOCIALE ANSVAR?

20. I de fleste definitioner af virksomhedernes sociale ansvar beskrives det som et koncept, hvor virksomhederne frivilligt integrerer sociale og miljømæssige hensyn i deres forretningsaktiviteter og i deres interaktion med deres interessenter.
21. At være socialt ansvarlig betyder ikke blot, at man opfylder de juridiske krav, men også, at man går længere end til blot at overholde reglerne og investerer "mere" i menneskelig kapital, miljø og relationerne med andre interessenter. Erfaringerne med investeringer i miljøansvarlige teknologier og forretningspraksis tyder på, at det kan øge en virksomheds konkurrenceevne at gå videre end til blot at overholde loven. Hvis man gør mere end at opfylde de grundlæggende juridiske forpligtelser på det sociale område, f.eks. efteruddannelse, arbejdsvilkår, relationer mellem ledelse og medarbejdere, kan det også have en direkte betydning for produktiviteten. Det åbner

¹ OECD-retningslinjerne omfatter også en gennemførelsesmekanisme, som samler regeringer og arbejdsmarkedets parter i nationale kontaktpunkter. Endvidere dækker disse retningslinjer forskellige områder af virksomhedernes sociale ansvar, nemlig børnearbejde og tvangsarbejde, forholdet mellem arbejdsmarkedets parter, miljøbeskyttelse, forbrugerbeskyttelse, gennemsigtighed og offentlighed, bekæmpelse af bestikkelse, teknologioverførsel, konkurrenceforhold og beskatning.

² Kommissionen vil udsende en meddelelse om fremme af de vigtigste arbejdsstandarder og forbedring af den sociale styring i forbindelse med globaliseringen.

mulighed for at styre ændringer og forene social udvikling med øget konkurrenceevne.

22. Virksomhedernes sociale ansvarlighed bør imidlertid ikke opfattes som en erstatning for regler eller lovgivning om sociale rettigheder eller miljømæssige standarder, herunder udvikling af ny relevant lovgivning. I lande, hvor der ikke findes sådanne regler, bør indsatsen koncentreres om at få indført passende regler og love for at definere rimelige vilkår, der kan danne grundlag for udviklingen af en socialt ansvarlig praksis.
23. Selv om det indtil nu hovedsagelig er en række store eller multinationale selskaber, der fremmer social ansvarlighed, er det relevant i alle virksomhedstyper og i alle erhvervssektorer, fra SMV'er til multinationale selskaber. Det er af afgørende betydning, at det sociale engagement bliver mere udbredt i SMV'er, herunder mikrovirksomheder, eftersom disse er de største bidragsydere til økonomi og beskæftigelse. Skønt mange SMV'er allerede påtager sig deres sociale ansvar, især gennem engagement i lokalsamfundet, kan yderligere oplysning og støtte til formidling af god praksis hjælpe med at fremme social ansvarlighed blandt dem. Arbejderkooperativer og ordninger med demokrati på arbejdspladsen samt andre former for kooperative og gensidige virksomheder samt foreninger skal i kraft af deres struktur også varetage andre interessenters interesser, og dermed følger automatisk et socialt og civilt ansvar.
24. En række virksomheder, der gør en god social og miljømæssig indsats, anfører, at disse aktiviteter kan føre til bedre resultater og kan skabe større overskud og vækst. For mange virksomheder er dette en ny aktivitet, og der er endnu ikke foretaget evaluering over et længere tidsrum. De økonomiske virkninger af virksomhedernes sociale ansvar kan opdeles i direkte og indirekte virkninger. Positive direkte resultater kan for eksempel skyldes et bedre arbejdsmiljø, der giver en mere engageret og produktiv arbejdsstyrke eller en mere effektiv udnyttelse af naturressourcer. Indirekte virkninger kan desuden skyldes forbrugeres og investorers øgede opmærksomhed, hvilket vil øge virksomhedernes muligheder på markederne. Omvendt kan kritik af en virksomheds forretningspraksis undertiden påvirke dens ry negativt. Det kan skade en virksomheds kerneaktiver, såsom dens varemærker og image.
25. Pengeinstitutter bruger i stigende grad sociale og miljømæssige checklister for at vurdere risici ved lån til og investeringer i virksomheder. Hvis en virksomhed bliver anerkendt som socialt ansvarlig, for eksempel gennem notering på et etisk børsindeks, kan det på samme måde støtte bedømmelsen af virksomheden og derfor medføre konkrete finansielle fordele.

Børsernes sociale indekser er en nyttig målestok for den positive virkning af social screening på økonomiske resultater: Domini 400 Social Index (DSI) har overgået S&P 500 med over 1% i samlet årligt afkast på et risikovægtet grundlag, siden det blev etableret i 1990, mens Dow Jones Sustainable Index er vokset 180% siden 1993 sammenlignet med 125% for Dow Jones Global Index i samme periode.

Det er vanskeligt at vurdere præcist, hvad der er afgørende for en socialt ansvarlig virksomheds økonomiske afkast. Forskning (Industry Week, 15. januar 2001) har vist, at omkring halvdelen af det resultat, der ligger over gennemsnittet hos socialt ansvarlige virksomheder, kan tilskrives deres sociale ansvarlighed, mens den anden halvdel kan forklares ud fra resultaterne i deres sektor. Socialt ansvarlige virksomheder ventes at give afkast over gennemsnittet, da en virksomheds evne til at sikre vellykkede løsninger på miljømæssige og sociale problemer kan være et troværdigt mål for ledelseskvaliteten.

26. Der er brug for bedre viden om og yderligere undersøgelser af, hvordan social ansvarlighed påvirker virksomhedernes resultater. Dette område kunne virksomheder, offentlige myndigheder og forskningsinstitutioner undersøge nærmere. Denne indsats kunne støttes gennem rammeprogrammer for forskning og teknologisk udvikling.

2.1. Virksomhedernes sociale ansvar: den interne dimension

27. Inden for virksomheden angår socialt ansvarlig praksis primært de ansatte og vedrører spørgsmål som investering i menneskelig kapital, sundhed og sikkerhed og styring af forandring, mens miljøansvarlig praksis hovedsagelig vedrører forvaltning af de naturressourcer, der anvendes i produktionen. Den åbner mulighed for at styre forandringer og forene social udvikling med øget konkurrenceevne.

2.1.1. Personaleledelse og -udvikling

28. En stor udfordring for virksomheder i dag er at tiltrække og fastholde dygtige medarbejdere. I den forbindelse kunne relevante foranstaltninger omfatte livslang uddannelse, større indflydelse til medarbejderne, bedre information i hele virksomheden, bedre balance mellem arbejde, familie og fritid, større spredning i arbejdsstyrken, ligeløn og karriereudsigter for kvinder, overskudsdeling og medarbejderaktieordninger samt hensyntagen til beskæftigelsesegnethed og sikkerhed i ansættelsen. Aktiv opfølgning og foranstaltninger for medarbejdere, der er sygemeldt på grund af handicap eller skader, har også vist sig at resultere i besparelser.

29. En ansvarlig ansættelsespraksis, især med forbud mod forskelsbehandling, kunne gøre det lettere at ansætte mennesker med etnisk minoritetsbaggrund, ældre, kvinder, langtidsløse samt dårligt stillede. En sådan praksis er væsentlig, hvis målene i den europæiske beskæftigelsesstrategi om at mindske arbejdsløsheden, øge beskæftigelsesfrekvensen og bekæmpe social udstødelse skal nås.

30. I forbindelse med livslang uddannelse spiller virksomhederne en central rolle på flere niveauer ved at bidrage til en bedre definition af uddannelsesbehov gennem tæt samarbejde med de lokale aktører, der planlægger uddannelses- og erhvervsuddannelsesforløb; ved at støtte overgangen fra skole- til arbejdsliv for unge, for eksempel ved at oprette lære-/praktikpladser; ved at værdsætte det, den enkelte kan, især gennem godskrivning af tidligere erhvervede kundskaber og af kundskaber erhvervet ved praktisk arbejde; og ved at skabe et miljø, der fremmer livslang uddannelse for alle ansatte, især de mindre veluddannede, ufaglærte og ældre arbejdstagere.

2.1.2. Sundhed og sikkerhed på arbejdspladsen

31. Sundhed og sikkerhed på arbejdspladsen er traditionelt især blevet reguleret gennem lovgivning og håndhævelsesforanstaltninger. Tendensen til at udlicitere arbejde til kontrahenter og leverandører gør imidlertid virksomhederne mere afhængige af, at deres kontrahenter har et højt sundheds- og sikkerhedsniveau, især de, der arbejder i egne lokaler³.

32. Virksomheder, regeringer og brancheorganisationer er i stigende grad på udkig efter andre måder at fremme sundhed og sikkerhed på og bruger dem som et kriterium ved indkøb af varer og tjenesteydelser fra andre virksomheder og som et element i markedsføringen til fremme af deres egne varer og tjenesteydelser. Disse frivillige ordninger kan opfattes som et supplement til de ansvarlige myndigheders lovgivnings- og kontrolaktiviteter, da de også sigter mod at fremme en forebyggende kultur, dvs. højere sikkerheds- og sundhedsniveauer på arbejdspladsen.
33. I takt med, at der fokuseres mere på sundheds- og sikkerhedsniveauet på arbejdspladsen og på varers og tjenesteydelsers kvalitet, stiger kravet også om at få disse kvaliteter målt og dokumenteret og få dem med i markedsføringsmaterialet. Arbejdsmiljøkriterier er i varierende grad blevet inkluderet i eksisterende certificerings- og mærkningsordninger for produkter og udstyr. Der er også udviklet certificeringsordninger for ledelsessystemer og underleverandører, som primært fokuserer på sundhed og sikkerhed på arbejdspladsen.

Den svenske mærkningsordning TCO Labelling Scheme for kontorudstyr er en frivillig mærkning, der har til formål at tilskynde fabrikanterne til at udvikle mere arbejds- og miljøsikkert kontorudstyr; bistå indkøbere med at vælge kontorudstyr, som skaber færre problemer for brugerne og det eksterne miljø; og give køber og sælger en klart defineret mærkning og dermed spare tid, arbejde og omkostninger i indkøbsprocessen.

34. Tendensen til, at virksomheder og organisationer inkluderer arbejdsmiljøkriterier i deres indkøbsordninger, har desuden støttet udviklingen af fælles indkøbsordninger baseret på ensartede krav til arbejdsmiljøuddannelses- eller -ledelsessystemer hos kontrahenten, som giver mulighed for, at en tredje part udfører "certificeringen" eller den indledende godkendelse af kontrahenterne og kontrollerer, at ordningen til stadighed forbedres.

Den nederlandske "Safety Contractors Checklist" (SCC) sigter mod at evaluere og certificere arbejdsmiljøledelsessystemer hos kontrahentvirksomheder, som tilbyder deres tjenesteydelser til den petrokemiske og kemiske industri.

Det danske IKA, foreningen af offentlige indkøbere, giver retningslinjer for kravspecifikationer i udbud for rengøringselskaber.

2.1.3. Tilpasning til forandringer

35. Den udbredte omstrukturering, der finder sted i Europa, skaber bekymringer for alle arbejdstagere og andre berørte parter, eftersom en fabrikslukning eller en kraftig nedskæring i arbejdsstyrken kan medføre alvorlig økonomisk, social eller politisk krise i et lokalsamfund. Kun få virksomheder undgår at få behov for at omstrukturere, ofte gennem indskrænkning, idet der i år 2000 har været flere fusioner og opkøb end nogensinde før. Ifølge en undersøgelse fører under hver fjerde omstrukturering til mindskede omkostninger, øget produktivitet og forbedret kvalitet og kundeservice, da omstruktureringer ofte er årsag til, at medarbejdernes arbejdsmoral, motivation, loyalitet, kreativitet og produktivitet lider skade.
36. At omstrukturere på en socialt ansvarlig måde betyder, at man afvejer og tager hensyn til interesser og bekymringer hos alle, der bliver påvirket af ændringer og beslutninger. I praksis er processen ofte lige så vigtig som indholdet, hvis omstruktureringen skal blive en succes. Det kræver især, at man søger at få de berørte parter til at deltage og engagere sig gennem åben information og høring. Endvidere skal en omstrukturering være velforberedt, alle større risici skal være afdækket, alle direkte og indirekte omkostninger ved alternative strategier og

politikker skal være beregnet, og alle alternativer, der kunne mindske behovet for afskedigelser, skal være evalueret.

37. Erfaringerne fra større omstruktureringer, der er gennemført i kul-, stål- og skibsværftsindustrierne i Europa, har vist, at omstruktureringer bedre kan gennemføres med et godt resultat, hvis offentlige myndigheder, virksomheder og medarbejderrepræsentanter gør en fælles indsats. Gennem denne proces bør man søge at sikre arbejdstagernes rettigheder og give dem mulighed for omskoling, hvor det er nødvendigt, modernisere produktionsapparater og -processer med henblik på at udvikle aktiviteter på stedet, mobilisere offentlig og privat finansiering og fastlægge procedurer til information, dialog, samarbejde og partnerskab. Virksomhederne bør påtage sig deres del af ansvaret for at sikre, at deres medarbejdere er beskæftigelsesegnede.
38. Ved at deltage i den lokale udvikling og fastlægge aktive arbejdsmarkedsstrategier gennem lokale beskæftigelsespartnerskaber og/eller partnerskaber til fremme af social integration kan virksomhederne mindske de sociale og lokale virkninger af større omstruktureringer.

Fundación Empresa y Sociedad (FES), der er omfattet af pilotprojektet i henhold til art. 6 ESF om lokal kapital til sociale formål, er et interessant eksempel på inddragelse af private virksomheder i fremme af social samhørighed. Det fremmer støtte til mikroprojekter, for det meste mikrovirksomheder, i et forfaldent kvarter i Madrid. Der bliver ydet mikrobevillinger, og derudover yder private virksomheder gratis vejledning. FES har også mobiliseret ekstra støtte i form af adgang til supplerende finansiering til mikrovirksomheder og donationer af IT-udstyr fra private virksomheder.

2.1.4. *Forvaltning af virkninger på miljøet og naturressourcer*

39. Normalt kan det mindske virkningerne på miljøet at nedbringe forbruget af ressourcer eller mindske forurenende emissioner og affald. Det kan også være en fordel for erhvervslivet, da det giver lavere regninger til energi og bortskaffelse af affald og lavere omkostninger til input og forureningsbekæmpende foranstaltninger. Nogle virksomheder har konstateret, at mindre forbrug kan føre til øget rentabilitet og konkurrenceevne.

På miljøområdet omtales disse miljøinvesteringer normalt som "win-win" muligheder – gode for forretningen og gode for miljøet. Dette princip har været gældende i en årrække og blev for nylig anerkendt i Kommissionens sjette miljøhandlingsprogram. Heri forklares det, hvordan EU og medlemsstaternes regeringer kan opfylde deres funktion og hjælpe virksomhederne med at afdække markedsmuligheder og foretage "win-win" investeringer. Der anføres en række andre foranstaltninger rettet mod virksomhederne: opstilling af et program for ydelse af bistand med overholdelse af lovgivningen for at hjælpe virksomheder med at forstå EU's miljøkrav; udvikling af nationale, men harmoniserede ordninger til belønning af virksomheder for deres miljøindsats, som indkredser og belønner virksomheder, der gør en god indsats og fremmer frivillige forpligtelser og aftaler.

40. Integreret produktpolitik (IPP) er et godt eksempel på en fremgangsmåde, der giver offentlige myndigheder mulighed for at arbejde sammen med erhvervslivet. IPP er baseret på overvejelser om produkters virkninger i hele deres livscyklus og indebærer, at virksomheder og andre interessenter indgår i en dialog om at finde den mest omkostningseffektive fremgangsmåde. På miljøområdet kan det derfor opfattes som en stærk eksisterende ramme for fremme af virksomhedernes sociale ansvar.

En anden metode til at fremme virksomhedernes sociale ansvar er Fællesskabets miljøledelses- og miljørevisionsordning (EMAS) ISO 19000. Den tilskynder virksomhederne til frivilligt at oprette miljøledelses- og miljørevisionsordninger på et enkelt sted eller i hele virksomheden, som fremmer stadige forbedringer af indsatsen for miljøet. Miljøreddegørelsen er offentlig og godkendes af akkrediterede miljøverifikatorer.

41. Erhvervslivet er også opmærksom på mulighederne i forbindelse med en forbedret indsats for miljøet og arbejder på systematisk at drage fordel heraf:

Det europæiske miljøeffektivitetsinitiativ, European Eco-Efficiency Initiative (EEEI), der er taget af World Business Council for Sustainable Development World Business Council for Sustainable Development og European Partners for the Environment i samarbejde med Europa-Kommissionen, sigter mod at integrere miljøeffektivitet i hele det europæiske erhvervsliv og i EU's erhvervs politikker og økonomiske politikker. (<http://www.wbcsd.ch/eurint/eeei.htm>)

2.2. Virksomhedernes sociale ansvar: den eksterne dimension

42. Virksomhedens sociale ansvar er ikke begrænset til selve virksomheden, men rækker ud i lokalsamfundet og involverer en lang række interessenter ud over ansatte og aktionærer: forretningspartnere og leverandører, kunder, offentlige myndigheder og lokale NGO'er, herunder miljøorganisationer. I en verden med multinationale investeringer og globale forsyningskæder må virksomhedernes sociale ansvar også række ud over Europas grænser. Den hurtige globalisering har fremmet drøftelserne om global styring: udviklingen i antallet af virksomheder, der frivilligt påtager sig et socialt ansvar, kan ses som et bidrag hertil.

2.2.1. Lokalsamfund

43. Virksomhedernes sociale ansvar handler også om, at virksomhederne bliver integreret i deres lokale miljø, hvad enten det er i Europa eller over hele verden. Virksomhederne bidrager til deres samfund, især lokalsamfundene ved at skabe arbejdspladser, lønninger, overskud og skatteindtægter. På den anden side er virksomhederne afhængige af, at der hersker sundhed, stabilitet og velstand i det lokalsamfund, hvor de opererer. For eksempel rekrutterer de størstedelen af deres medarbejdere fra de lokale arbejdsmarkeder, og de har derfor en direkte interesse i, at de kvalifikationer, de har brug for, findes på stedet. Endvidere finder SMV'er også ofte de fleste af deres kunder i det omkringliggende område. Virksomhedens ry i lokalområdet, dens image som arbejdsgiver og producent, men også som aktør på den lokale scene, påvirker ganske afgjort dens konkurrenceevne.
44. Virksomhederne indgår også i et samspil med det lokale fysiske miljø. Nogle er afhængige af et rent miljø med henblik på deres produktion eller udbud af tjenesteydelser – enten ren luft eller rent vand eller veje, der ikke er overbelastede. Der kan også være en forbindelse mellem det lokale fysiske miljø og virksomhedernes mulighed for at tiltrække arbejdstagere til den region, de er etableret i. På den anden side kan virksomhederne også være ansvarlige for en række forurenende aktiviteter: støj, lys, vandforurening, luftemissioner, jordforurening og miljøproblemer i forbindelse med transport og bortskaffelse af affald. De mest miljøbevidste virksomheder er derfor ofte på to måder involveret i lokalsamfundets uddannelse på miljøområdet.
45. Mange virksomheder engagerer sig i lokale anliggender, især ved at skabe flere erhvervsuddannelsespladser, støtte miljøorganisationer, ansætte socialt udstødte mennesker, oprette børnepasningsfaciliteter for de ansatte, indgå partnerskaber med lokale organisationer, sponsorere lokale sportslige og kulturelle begivenheder eller støtte velgørende aktiviteter.

46. Det er særligt relevant for ikke-lokale virksomheder at udvikle positive relationer med lokalsamfundet og derved opbygge social kapital. Multinationale selskaber udnytter i stigende grad disse relationer til at støtte integrationen af deres datterselskaber på de forskellige markeder, de arbejder på. Virksomhedernes kendskab til de lokale aktører, lokalområdets traditioner og styrker er et aktiv, de kan drage økonomisk fordel af.

Finansielle institutioner kan spille en særlig rolle ved at investere i lokalsamfundet i form af direkte investeringer i projekter til fordel for særlige områder eller grupper, især i økonomisk dårligt stillede områder. Disse investeringer sker normalt i form af lån til billige boligprojekter eller indskud i lokale udviklingsbanker til eller under markedsrenten.

I erkendelse af, at adgangen til tjenesteydelser af almen økonomisk interesse til rimelige priser for alle er kernen i den europæiske samfundsmodel, bestræber visse virksomheder sig på at sikre denne adgang som en del af deres sociale ansvar, hvor denne ikke er sikret ved lov, for eksempel i forbindelse med grundlæggende bankydelser. Endvidere fremsatte EFS (den Europæiske Faglige Samarbejdsorganisation) og CEEP (Det Europæiske Center for Offentlige Virksomheder og Almennyttige Virksomheder) et fælles forslag til et charter for tjenesteydelser af almen interesse i juni 2000.

2.2.2. *Forretningspartnere, leverandører og forbrugere*

47. Ved at arbejde tæt sammen med deres forretningspartnere kan virksomhederne mindske kompleksiteten og omkostningerne og højne kvaliteten. Leverandører udvælges ikke altid udelukkende gennem udbud. Det er lige så vigtigt at have forbindelser til alliance- og joint venture-partnere og til franchisetagere. På lang sigt kan opbygningen af forbindelser resultere i rimelige priser, betingelser og krav og sikre kvalitet og pålidelig levering. Selv om alle virksomheder indfører en socialt og miljømæssigt ansvarlig praksis, skal de imidlertid stadig overholde de relevante EU-regler og nationale konkurrencelove.
48. Store selskaber er samtidig mindre virksomheders forretningspartnere, enten som deres kunder, leverandører, underleverandører eller konkurrenter. Virksomhederne bør være opmærksomme på, at deres sociale indsats kan blive påvirket af deres partners og leverandørers adfærd gennem hele forsyningskæden. Følgerne af virksomhedernes aktiviteter til opfyldelse af deres sociale ansvar bliver ikke begrænset til virksomheden selv, men vil også berøre deres økonomiske partnere. Dette gælder især store selskaber, der har udliciteret en del af deres produktion eller tjenesteydelser og derfor kan have fået et ekstra socialt ansvar i forhold til disse leverandører og deres medarbejdere, idet det skal erindres, at de pågældende leverandørers økonomiske velfærd undertiden afhænger primært eller fuldstændigt af én stor virksomhed.
49. Visse store virksomheder lever op til deres sociale ansvar ved at fremme iværksætterinitiativer i den region, hvor de er etableret. Eksempler på den praksis omfatter mentorordninger, som store virksomheder kan tilbyde nystartede virksomheder og lokale SMV'er, eller bistand til mindre virksomheder med social rapportering og formidling af aktiviteter i forbindelse med deres sociale ansvar.
50. En anden måde, hvorpå store virksomheder kan fremme udviklingen af nye innovative virksomheder, er ved at indskyde risikovillig kapital i en lovende nystartet virksomhed og købe en minoritetsaktiepost for at fremme dens udvikling. Dette giver begge partnere flere fordele, bl.a. får den store virksomhed en bedre kontrol med den nyskabende udvikling, og den lille virksomhed får lettere adgang til økonomiske ressourcer og til markedet.

51. Som led i deres sociale engagement forventes virksomhederne at levere de varer og tjenesteydelser, forbrugerne har brug for og ønsker på en effektiv, etisk og miljøbevidst måde. Virksomheder, der opbygger et varigt forhold til kunderne ved at basere hele deres organisation på forståelse af, hvad kunderne har brug for og ønsker og giver dem god kvalitet, sikkerhed, pålidelighed og service, forventes at blive mere rentable. Et vigtigt eksempel på virksomhedernes sociale ansvarlighed er, at de anvender princippet om design for alle (produkter og tjenesteydelser skal kunne bruges af så mange som muligt, herunder handicappede forbrugere).

2.2.3. Menneskerettigheder

52. Virksomhedernes sociale ansvar har en stærk menneskerettighedsdimension, især i forbindelse med internationale operationer og globale forsyningskæder. Dette erkendes i internationale instrumenter, såsom the ILO Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy og OECD Guidelines for Multinational Enterprises. Menneskerettigheder er et meget komplekst emne, der indebærer politiske, juridiske og moralske dilemmaer. Virksomhederne står over for udfordringer i form af spørgsmål om f.eks., hvordan de kan afdække, hvor deres ansvarsområder ligger i forhold til regeringernes, hvordan de kan overvåge, hvorvidt deres forretningspartnere overholder deres kerneværdier, og hvordan de skal agere i lande, der i vid udstrækning overtræder menneskerettighederne. EU har selv inden for rammerne af sin sine samarbejdspolitik en forpligtelse til at sikre, at arbejdsstandarder, miljøbeskyttelse og menneskerettigheder overholdes og skal sørge for, at der er fuld overensstemmelse mellem Unionens sine udviklingspolitik, sin handelspolitik og sin strategi for udvikling af den private sektor i udviklingslandene især gennem fremme af europæiske investeringer.
53. En central nyskabelse i Cotonou-aftalen er erkendelsen af, at bekæmpelse af korruption er et "fundamentalt element", og en eksplicit henvisning til korruption som et større udviklingsproblem, som der skal gøres noget ved. Alvorlige tilfælde af korruption, "herunder bestikkelse, der fører til sådan korruption" kan begrunde en ophævelse af samarbejdet. Denne indføjelise af en korruptionsbestemmelse i aftalen sigter ikke blot mod at sende et utvetydigt budskab til støttemodtagerne, men også mod at øge gennemsigtigheden i europæiske investorer og andre aktørers aktiviteter. EU og AVS har vedtaget en særlig procedure i tilfælde af korruption (art. 9).
54. Under voksende pres fra NGO'er og forbrugergrupper indfører virksomheder og sektorer i stigende grad adfærdskodekser, som dækker arbejdsvilkår, menneskerettigheder og miljøaspekter, især hos deres underkontrahenter og leverandører. De gør det af forskellige årsager, især for at forbedre virksomhedens image og mindske risikoen for negative forbrugerreaktioner. Adfærdskodekser er imidlertid ikke et alternativ til nationale, europæiske og internationale love og bindende regler: bindende regler sikrer minimumsstandarder, der gælder for alle, mens adfærdskodekser og andre frivillige initiativer kun kan supplere disse og fremme højere standarder for dem, der tilslutter sig dem.

Dansk Industri har fastlagt en række retningslinjer for industrien om menneskerettigheder og har opfordret virksomhederne til at sigte mod samme sociale ansvarlighedsniveau i deres nye værtsland som i deres hjemland.

Et stigende antal multinationale selskaber har i deres adfærdskodekser eksplicit forpligtet sig til at overholde menneskerettighederne, mens et stigende antal detailhandlere i Europa anvender

etiske produktionsstandarder for de varer, de importerer. I 1998 vedtog Eurocommerce en henstilling om sociale indkøbsbetingelser, som omfatter børne-, tvangs- og fængselsarbejde.

Der er også flere eksempler på, at arbejdsmarkedets parter på EU-niveau har vedtaget adfærdskodekser, især i tekstil- og beklædnings- og handelssektorerne (textile, clothing og commerce), og dem hilser Kommissionen velkommen.

55. Det erkendes også i stigende grad, at en virksomheds aktiviteter påvirker dens ansattes og lokalsamfundets menneskerettigheder og ikke er begrænset til spørgsmål om arbejdsrettigheder. Det gælder for eksempel i usikre situationer, hvor virksomheder arbejder med statens sikkerhedsstyrker, der er kendt for at overtræde menneskerettighederne.

Den britiske regering nedsatte i samarbejde med USA en arbejdsgruppe bestående af førende virksomheder i olie-, gas- og mineindustrien samt menneskerettighedsorganisationer. Resultatet var vedtagelsen i december 2000 af de frivillige principper for sikkerhed og menneskerettigheder for virksomheder i udvindings- og energisektorerne.

56. Selv om frivillige adfærdskodekser kan bidrage til at fremme internationale arbejdsstandarder, afhænger deres effektivitet imidlertid af, at de gennemføres ordentligt og kontrolleres. Underkontrahenter, der producerer for mange forskellige multinationale selskaber, kan for eksempel stå over for forskellige adfærdskodekser og skal dermed opfylde mange forskellige kriterier for lønninger, arbejdstid og andre sociale vilkår. Adfærdskodekserne bør derfor baseres på ILO's grundlæggende konventioner, der er anført i ILO's erklæring af 1998 om arbejdslivets fundamentale principper og rettigheder og OECD's retningslinjer for multinationale selskaber under inddragelse af arbejdsmarkedets parter og de parter i udviklingslandene, der er dækket af dem.

57. Der bør anvendes adfærdskodekser på alle niveauer i organisationen og produktionslinjen. Det er vigtigt, at virksomhederne fremlægger fuldstændig information, også til lokalsamfundene som led i en løbende dialog med dem. Det er ligeledes vigtigt at uddanne den lokale ledelse, arbejdstagerne og lokale organisationer i gennemførelsen heraf. Endvidere må der lægges vægt på en "udviklingsstrategi", der understreger, at standarderne og selve kodeksen til stadighed gradvist skal forbedres. I tilfælde af børnearbejde bør virksomhederne ikke blot overholde ILO-konventionerne og afskedige kontrahenter, der bruger børnearbejdere, men bør også for eksempel medvirke til at gøre noget ved fattigdommen blandt børn og hjælpe dem til at komme i gang med en uddannelse.

58. Med hensyn til menneskerettigheder er der behov for løbende kontrol med, at kodekserne gennemføres og overholdes. Kontrollen bør udvikles og foretages efter omhyggeligt definerede standarder og regler, der bør gælde for organisationer og enkeltpersoner, som iværksætter såkaldt "social revision". For at sikre adfærdskodeksernes troværdighed er det vigtigt, at involvere de berørte parter, såsom offentlige myndigheder, fagforeninger og NGO'er. En balance mellem interne og eksterne kontrolsystemer kunne gøre dem mere omkostningseffektive, især for SMV'er. Som følge heraf er der behov for at sikre større gennemsigtighed og forbedrede rapporteringsmekanismer i adfærdskodekserne.

Den 15.01.1999 vedtog Europa-Parlamentet en beslutning om en adfærdskodeks for europæiske virksomheder i udviklingslandene og efterlyste en EU-adfærdskodeks, der kunne bidrage til en større standardisering af frivillige adfærdskodekser baseret på internationale standarder og etablering af en europæisk overvågningsplatform, herunder bestemmelser om klageprocedurer og afhjælpning.

2.2.4. Globale miljøhensyn

59. Da mange erhvervsrelaterede miljøproblemer er grænseoverskridende, og virksomhederne bruger ressourcer fra hele verden, er de også aktører i det globale miljø. De kan derfor være socialt ansvarlige både internationalt og i Europa. For eksempel kan de med IPP-strategien fremme en bedre indsats for miljøet i hele deres forsyningskæde og gøre større brug af europæiske og internationale ledelses- og produktrelaterede værktøjer. Virksomheders investeringer og aktiviteter i tredjelande kan direkte påvirke den sociale og økonomiske udvikling i de pågældende tredjelande.
60. Den internationale debat om erhvervslivets betydning for at sikre en bæredygtig udvikling, bliver stadig mere vigtig. FN's generalsekretær har iværksat et initiativ, "Global Compact", der sigter mod at inddrage erhvervslivet som partner for at opnå sociale og miljømæssige forbedringer globalt. OECD's retningslinjer for multinationale selskaber har også til formål at fremme bæredygtig udvikling. Kommissionens meddelelse "Ti år efter Rio - Forberedelse af verdenskonferencen om bæredygtig udvikling" (KOM(2001) 53) indeholder yderligere oplysninger om, hvordan erhvervslivet kan bidrage til en globalt bæredygtig udvikling.

3. EN HOLISTISK TILGANG TIL VIRKSOMHEDERNES SOCIALE ANSVAR

61. Selv om virksomheder i stigende grad erkender deres sociale ansvar, mangler mange stadig at indføre ledelsesmetoder i overensstemmelse hermed. Eftersom de skal integrere det i deres daglige ledelse og i hele deres forsyningskæde, har virksomhedernes medarbejdere og ledere brug for efteruddannelse og omskoling for at få de nødvendige kvalifikationer og kompetencer. Pionervirksomheder kan hjælpe med at integrere socialt ansvarlige metoder ved at formidle god praksis.
62. Skønt det kun er virksomhederne selv, der kan påtage sig deres sociale ansvar, kan interessenter, især medarbejdere, forbrugere og investorer - i deres egen interesse eller på vegne af andre interessenter - spille en afgørende rolle for at få virksomhederne til at indføre socialt ansvarlig praksis på områder som arbejdsvilkår, miljø eller menneskerettigheder. De kræver effektiv gennemsigthed om virksomhedernes sociale og miljømæssige indsats og resultater.

3.1. Socialt ansvarlig ledelse

63. Virksomhedernes måder at håndtere deres ansvar og forholdet til deres interessenter på varierer i forhold til sektorbetingede og kulturelle forskelle. I begyndelsen har virksomhederne en tendens til at indføre et idegrundlag, en adfærdskodeks eller et credo, hvori de anfører deres formål og kerneværdier samt ansvar over for deres interessenter. Disse værdier skal herefter omsættes i handling i hele organisationen, fra strategier til daglige beslutninger. Dette omfatter metoder som tilføjelse af en socialt eller miljømæssigt ansvarlig dimension i planer og budgetter og evaluering af virksomhedens indsats på disse områder, oprettelse af "rådgivende udvalg vedrørende samfundsspørgsmål", gennemførelse af social revision eller miljørevision og udarbejdelse af efteruddannelsesprogrammer.
64. I takt med, at spørgsmål om virksomhedernes sociale ansvar bliver en integreret del af virksomhedernes strategiske planlægning og rutinemæssige drift, skal ledere og medarbejdere kunne træffe forretningsmæssige beslutninger baseret på flere kriterier end dem, de traditionelt er blevet uddannet til at forvente. Traditionelle modeller for

organisationsadfærd, strategisk ledelse og endog forretningsetik forbereder ikke altid lederne tilstrækkeligt til at lede virksomheder i dette nye miljø.

65. Som reaktion på behovet for at integrere virksomhedernes sociale ansvar i efteruddannelsen af nuværende ledere og medarbejdere og forudse, hvilke kvalifikationer, der vil blive nødvendige for ledere og medarbejdere i fremtiden, bliver kurser eller moduler i forretningsetik et almindeligt element i erhvervsuddannelserne. Der er imidlertid en tendens til, at de kun dækker en begrænset del af det, der menes med virksomhedernes sociale ansvar.

CSR Europe og Copenhagen Center har lanceret et program med det formål at bringe erhvervslivet og uddannelsesmiljøet sammen for at afdække og opfylde erhvervslivets behov for uddannelse i virksomhedernes sociale ansvar for således at indføre og diversificere kurser om virksomhedernes sociale ansvar på alle uddannelsesniveauer.

(http://www.csreurope.org/csr_europe/Activities/programmes/Universities/universities.htm)

3.2. Socialt ansvar i rapportering og revision

66. Mange multinationale selskaber udarbejder nu rapporter om deres sociale engagement. Selv om miljø- og arbejdsmiljørapporter er almindelige, er rapporter om spørgsmål som menneskerettigheder og børnearbejde det ikke. Endvidere er virksomhedernes tilgang til rapportering om sociale spørgsmål lige så forskellig som deres holdninger til deres sociale ansvar. Hvis disse rapporter skal kunne bruges, er det nødvendigt at nå til en overordnet enighed om, hvilken type information der skal fremlægges, hvilket rapporteringsformat der skal bruges, og hvor pålidelige evaluering- og revisionsprocedurer skal være.
67. Kun få virksomheder oplyser særlig meget om deres politikker og indsats i forbindelse med personaleledelse og -udvikling samt ansættelsesforhold, som overenskomstforhandlinger og påskønnelse, medarbejderhøring og -uddannelse og bestyrelsesansvarlighed. I 1998 opfordrede gruppen af eksperter på højt plan om økonomiske og arbejdsmæssige virkninger af de industrielle ændringer, High Level Group on Economic and Social Implications of Industrial Change, som blev oprettet på initiativ af Det Europæiske Råd, således virksomheder med over 1.000 ansatte til frivilligt at udgive en "rapport over styring af ændringer", dvs. en årsrapport om beskæftigelses- og arbejdsvilkår. Gruppen anførte, at rapporten skulle udarbejdes i samråd med medarbejderne og deres repræsentanter i overensstemmelse med nationale traditioner. Gruppen foreslog en ramme, der omfatter politikker, praksis og indsats for ansættelses- og arbejdsvilkår, især foregribelse af strukturelle ændringer, kommunikation, inddragelse af medarbejdere og social dialog, almen uddannelse og erhvervsuddannelse, medarbejdernes sundhed og sikkerhed og lige muligheder.
68. Som foreslået af gruppen af eksperter på højt plan om ændringer har Kommissionen endvidere i sin social- og arbejdsmarkedspolitiske dagsorden foreslået, at der blev oprettet et overvågningscenter for ændringer som et middel til at udvikle en proaktiv strategi for foregribelse og styring af ændringer. Dublin-instituttet har nu inkluderet dette initiativ i sit fireårige rullende program og understreget dets betydning for at forstå og foregribe ændringer og dermed træffe bedre beslutninger og bistå centrale aktører, så de kan forstå, foregribe og styre industrielle ændringer på grundlag af pålidelig og objektiv information.
69. Offentlige initiativer støtter i stigende grad udviklingen af rapportering om sociale og miljømæssige forhold.

Kommissionens henstilling om anerkendelse, måling og offentliggørelse af miljøspørgsmål i virksomhedernes årsregnskaber og årsberetninger blev vedtaget den 30. marts 2001 og ventes

at bidrage væsentligt til udviklingen af meningsfuld og sammenlignelig information om miljøspørgsmål i EU.
(http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/company/account/news/01-814.htm)

I forbindelse med handelsforhandlingerne har Kommissionen iværksat en bæredygtighedsvurdering af den foreslåede nye WTO-forhandlingsrunde og har forpligtet sig til at foretage vurderinger af andre handelsforhandlingers virkninger på samfundet, såsom de igangværende EU-Chile/Mercosur-forhandlinger.

Det danske sociale indeks, Social Index, er et værktøj til selv-vurdering udviklet af Socialministeriet til at måle, i hvilken grad en virksomhed lever op til sit sociale ansvar. Hvor det sociale indeks vises som et tal mellem 0 og 100, er det nemt at fortælle medarbejdere og eksterne interessenter, præcist hvor socialt ansvarlig virksomheden er.

I henhold til artikel 64, i den franske lov om de nye økonomiske regler skal virksomhederne medtage de "sociale og miljømæssige følger" af deres aktiviteter i deres årsberetning. Denne lov gælder for børsnoterede selskaber på det første marked med henblik på deres beretning for 2001 og for de øvrige med henblik på deres beretning for 2002. Indholdet af beretningerne vil blive defineret i gennemførelsesdekretet.

70. Forskellige organisationer er endvidere i gang med at udvikle standarder for udarbejdelse af socialt ansvarlige regnskaber og rapporter samt for social revision. Disse standarder dækker forskellige metoder, herunder standarder for proces og resultat, frivillige og obligatoriske standarder, standarder for enkeltspørgsmål og for mange spørgsmål, men kun en håndfuld dækker det fulde spektrum af spørgsmål om virksomhedernes sociale ansvar.
71. I forbindelse med store internationale initiativer arbejdes der i øjeblikket med globalisering af sociale standarder, offentliggørelse af information og udvikling af sociale rapporter, dvs. Social Accountability 8000 standard og Global Reporting Initiative. Det er kompliceret at skabe globale standarder, der kan anvendes i enhver kultur og ethvert land, og det har også skabt en del polemik. Internationalt vedtagne standarder, såsom ILO's grundlæggende konventioner, der er anført i 1998-erklæringen, udgør i kraft af deres universelle karakter det mest velegnede grundlag for disse initiativer.

Som reaktion på de mange forskellige adfærdskodekser har SAI (Social Accountability International) udviklet en standard for arbejdsvilkår og et system til uafhængig kontrol af, om fabrikkerne overholder dem. Standarden, Social Accountability 8000 (SA8000) (<http://www.cepaa.org/introduction.htm>), og kontrolsystemet hertil trækker på gennemprøvede forretningsstrategier for kvalitetssikring (f.eks. de, der bruges til ISO 9000) og tilføjer flere elementer, som internationale menneskerettighedseksperter har indkredset som væsentlige for social revision.

På miljøsidens betragtes Global Reporting Initiative i øjeblikket som bedste praksis. Dets retningslinjer for rapportering om bæredygtighed giver mulighed for sammenligning mellem virksomheder. Global Reporting Initiatives retningslinjer for rapportering om bæredygtighed omfatter også ambitiøse retningslinjer for social rapportering. I Kommissionens meddelelse om en strategi for bæredygtig udvikling hedder det, at "*Alle noterede virksomheder med et personale på mindst 500 opfordres til i deres årsrapporter til aktionærerne at offentliggøre et "trefoldigt resultat", som viser virksomhedernes resultater ud fra økonomiske, miljømæssige og sociale kriterier*".

72. Der er endvidere behov for at give virksomheder, især SMV'er, vejledning og værktøjer, så de kan rapportere effektivt om deres politikker på det sociale område, processer og indsats. Ved at tilbyde deres ekspertise og bistå med kapacitetsopbygning kan store pionervirksomheder støtte SMV'er på dette område.

73. Der er også behov for, at uafhængige tredjeparter kontrollerer de informationer, der offentliggøres i rapporter om social ansvarlighed for at undgå kritik om, at rapporterne er pr-foranstaltninger uden substans. Forskellige virksomheder er allerede begyndt at tilbyde den slags tjenesteydelser, men de bør udføre dem efter vedtagne standarder. Kvaliteten af denne kontrol kan øges, hvis interessenter, herunder fagforeninger og NGO'er, inddrages.

3.3. Kvalitet på arbejdspladsen

74. De ansatte er vigtige interessenter for en virksomhed. Hvis virksomheden skal leve op til sit sociale ansvar, kræver det endvidere engagement fra topledelsens side, men også nytænkning og dermed nye kvalifikationer og en tættere inddragelse af medarbejderne og deres repræsentanter i en tovejsdialog, der kan danne rammerne om en permanent feedback og tilpasning. Den sociale dialog med arbejdstageres repræsentanter, som er den vigtigste mekanisme til at definere forholdet mellem en virksomhed og dens ansatte, spiller derfor en afgørende rolle, når der mere bredt skal indføres en socialt ansvarlig praksis.
75. Da spørgsmål i forbindelse med virksomhedernes sociale ansvar desuden er vidtrækkende og påvirker praktisk talt alle virksomhedens aktiviteter, er det nødvendigt i udstrakt grad at høre medarbejderrepræsentanterne om politikker, planer og foranstaltninger som anført i Kommissionens forslag til direktiv om indførelse af en generel ramme for information og høring af arbejdstagerne i Det Europæiske Fællesskab (KOM(98)612). Hertil kommer, at den sociale dialog må udvides, så den dækker spørgsmål og instrumenter, der kan forbedre virksomhedernes sociale og miljømæssige indsats, f.eks. gennem oplysning til ledelse og medarbejdere, uddannelsesordninger, ordninger med det formål at vejlede virksomhederne om deres sociale og miljømæssige indsats og strategiske ledelsessystemer, der integrerer økonomiske, sociale og miljømæssige overvejelser.
76. Nogle virksomheder erkender også, at der er en forbindelse mellem indsatsen for miljøet og bedre job. En øget indsats for miljøet kan opnås ved at indføre ren teknologi. Ren teknologi forbindes i sig selv normalt med mere højteknologiske og tilfredsstillende job for medarbejderne. Således kan indførelsen af ren teknologi både forbedre den miljømæssige indsats og jobtilfredsheden samtidig med, at rentabiliteten øges.
77. I en tid, hvor mangel på kvalifikationer er ved at blive et problem i visse sektorer, og hvor flere ansøgere spørger til virksomhedernes personalepolitikker, kan forskellige instrumenter hjælpe med til at forbedre information om og gennemsigtighed i god praksis inden for personaleledelse og -udvikling. Nogle lande bidrager allerede til at støtte virksomheder, som er gode arbejdspladser ved at offentliggøre lister over de bedste arbejdsgivere.
- Undersøgelsen "50 Best Companies to Work For in the UK", der er sponsoreret af både Handels- og industriministeriet (DTI) og "Learndirect", en afdeling af University for Industry, viser, at små familiedrevne virksomheder kan være lige så socialt ansvarlige som højteknologiske, multinationale selskaber.
- Muligt initiativ på EU-plan: en årlig offentliggørelse af en liste over de bedste arbejdsgivere i EU kunne være et effektivt middel til at belønne virksomheder, hvor ledelsen gennem sine holdninger og foranstaltninger søger at skabe gode arbejdspladser.
78. På opfordring af Det Europæiske Råd i Lissabon, der understregede betydningen af at investere i mennesker, er Kommissionen ved at undersøge, hvordan man kan indføre en EU-pris til særligt progressive virksomheder med henblik på at give

livslang uddannelse højere prioritet som et grundlæggende element i EU's sociale model. Lignende priser kan gives til anerkendelse af virksomheder, der har udviklet god praksis til fremme af ligestilling mellem mænd og kvinder eller etablering af muligheder for handicappede.

3.4. Social mærkning og miljømærkning

79. Undersøgelser⁴ har vist, at forbrugere ikke blot ønsker gode og sikre varer, men også ønsker at vide, om de er fremstillet på en socialt ansvarlig måde. Når de fleste europæiske forbrugere køber en vare eller tjenesteydelse, er det vigtigt for dem, at virksomheden lever op til sit sociale ansvar. Dette skaber interessante markedsmuligheder, da et betydeligt antal forbrugere siger, at de ville være meget villige til at betale mere for disse varer, selv om det i øjeblikket kun er et mindretal, der rent faktisk gør det. De spørgsmål, europæiske forbrugere går mest op i, er beskyttelse af arbejdstagernes sundhed og sikkerhed og overholdelse af menneskerettighederne i alle virksomhedens aktiviteter og i hele leverandørkæden (for eksempel, at der ikke bruges børnearbejdere), beskyttelse af miljøet i almindelighed og nedbringelse af udledningen af drivhusgasser i særdeleshed.
80. Som reaktion på denne tendens er der opstået et stigende antal sociale mærkninger enten på initiativ af individuelle fabrikanter (selv-deklarerede mærker eller varemærker) eller industrisektorer, NGO'er og regeringer. Der er her tale om markedsbaserede (og ikke lovfæstede) incitament, som kan bidrage til at fremme positive sociale ændringer blandt virksomheder, detailhandlere og forbrugere. Initiativerne til social mærkning og miljømærkning er imidlertid begrænsede i omfang og potentiel virkning, eftersom de normalt er begrænset til særlige niches inden for detailmarkedet og, for så vidt angår sociale mærkninger, normalt kun vedrører importerede varer, der kun er tilgængelige for velhavende forbrugere. Derfor er deres markedsandel voksende, men stadig relativt lav, hvilket antyder, at der er behov for at gøre dem mere effektive.
81. Der er tendens til, at sociale mærker og miljømærker, som indebærer en garanti for, at produktet er fremstillet uden udnyttelse og misbrug, mangler gennemsigtighed, og der er heller ikke en uafhængig kontrol af deres påstande. I modsætning til vareindhold eller sikkerhedsmærkninger kan sådanne påstande ikke kontrolleres ved at afprøve selve varen. Hvis de sociale mærkninger og miljømærkningerne skal være troværdige, kræves der permanent kontrol af den berørte arbejdsplads efter vedtagne standarder.

Det europæiske miljømærke fortæller noget om bestemte produkters indvirkning på miljøet. Antallet af virksomheder med miljømærkede produkter er hastigt stigende. (<http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/>)

82. Det stigende antal sociale mærkningsordninger i Europa kan desuden skade deres effektivitet, eftersom der kan opstå forvirring blandt forbrugerne på grund af de modstridende og forskellige kriterier, der anvendes og den manglende klare betydning af de forskellige mærker.

Fairtrade Labelling Organizations International er en paraplyorganisation, der er oprettet for at samordne de nationale initiativer til fremme af fair trade, sikre en mere effektiv forvaltning af overvågningsprogrammerne og indføre en fælles international mærkning for fair trade.

⁴ Kilde: MORI (2000).

83. Der er i forbindelse med det indre marked og de internationale forpligtelser også et stigende behov for en debat om værdien af og det ønskelige i offentlige foranstaltninger med det formål at gøre sociale mærkninger og miljømærkninger mere effektive. Eksempler på sådanne foranstaltninger omfatter støtte til uddannelse og oplysning om spørgsmål vedrørende arbejdsvilkår, fremme af god praksis gennem sponsorering af virksomhedspriser, fremme af udviklingen af partnerskaber mellem mange interessenter, udvikling af standarder for social mærkning og brug af offentlige indkøbsaftaler og skattemæssige incitamentter til fremme af mærkede varer.

3.5. Socialt ansvarlig investering

84. I de seneste år har socialt ansvarlig investering oplevet en stærk popularitetsstigning blandt almindelige investorer. Socialt og miljømæssigt ansvarlige politikker er for investorerne tegn på en forsvarlig intern og ekstern ledelse. Disse politikker bidrager til at minimere risici ved at foregribe og forebygge kriser, der kan påvirke virksomhedens omdømme og forårsage dramatiske fald i aktiepriserne. Da efterspørgslen efter socialt ansvarlige investeringsmidler i Europa stiger hastigt, reagerer almindelige investeringsselskaber ved at øge dem, men der offentliggøres ikke megen information om, hvor meget det drejer sig om i penge og resultater undtagen i Det Forenede Kongerige, hvor socialt ansvarlig investeringer tegner sig for 5% af alle investerede midler.
85. Socialt ansvarlige investeringsfonde investerer i virksomheder, der opfylder bestemte sociale og miljømæssige kriterier. Kriterierne kan være negative og udelukker således tobaks-, alkohol- og våbenindustrierne. Kriterierne kan også være positive og inkluderer socialt og miljømæssigt proaktive virksomheder. En anden vigtig mulighed for investorer er at blive aktive aktionærer for at tilskynde virksomhedens ledelse til at indføre en socialt ansvarlig praksis. Aktive aktionærers betydning ventes at stige sammen med betydningen af spørgsmål i forbindelse med corporate governance og udvikling af pensionsfonde.
86. Hvis der skal ske en yderligere stigning i socialt ansvarlige investeringer, skal finansmarkederne blive mere opmærksomme på det potentielle udbytte af dem. Efter at det sociale investeringsforum blev oprettet i 1991 i Det Forenede Kongerige, er der for nylig blevet oprettet sociale investeringsfora (SIF) i Frankrig, Tyskland, Nederlandene og Italien, som skal tilvejebringe information om foranstaltninger i forbindelse med virksomhedernes sociale ansvar og fremme udviklingen af socialt ansvarlig investering. Det ventes, at det planlagte europæiske sociale investeringsforum, et netværk af nationale SIF, kan støtte videreudviklingen af socialt ansvarlig investering.

I maj 2000 afholdt Europa-Kommissionen i Lissabon den første EU-konference om investering i det trestrengede resultat i EU. (http://europa.eu.int/comm/employment_social/social/csr/esr_conf_lisbon.htm)

I 2000 blev UK Social Investment Taskforce oprettet for at afdække hindringer for flere socialt ansvarlige investeringer og finde frem til løsninger med henblik på at fjerne dem.

Siden juli 2000 har alle bestyrelsesmedlemmer i pensionskasser i Det Forenede Kongerige i henhold til "Trustee Act" skullet offentliggøre deres politikker for socialt ansvarlig investering.

I henhold til den franske lov om medarbejderopsparingsplaner skal gensidige investeringsforeninger, som opkræver penge fra medarbejderopsparingsplaner,

opsparingsplaner mellem virksomheder og medarbejderopsparingsplaner i frivilligt partnerskab, indberette deres politikker for socialt ansvarlig investering.

87. Socialt ansvarlig investering er et nyt marked, hvor mange virksomheder med speciale i screening (ikke finansanalytikere) anvender en række forskellige værktøjer og normer. Som følge heraf ser det ud til, at virksomhederne modtager urimeligt mange divergerende anmodninger om information. Således kan en yderligere udvikling af socialt ansvarlig investering støde på en voksende modvilje og manglende samarbejde fra virksomhedernes side. En positiv reaktion herpå kan være en foreløbig standardiseringsindsats inden for social rapportering, som de største screening-virksomheder tilslutter sig. Der er imidlertid behov for mere konvergens mellem de indikatorer, der udvikles af virksomhederne og de kriterier, der anvendes af analytikere til at vurdere en virksomheds sociale og miljømæssige indsats og -resultater. Endvidere kan den manglende gennemsigtighed i de evalueringsmetoder, screening-virksomhederne bruger, også holde større investorer tilbage fra at foretage store socialt ansvarlige investeringer. Der er derfor brug for yderligere standardisering, harmonisering og gennemsigtighed i de screening-værktøjer og -normer, som screening-virksomhederne bruger.

I august 2000 sluttede 11 investeringsforskningsgrupper sig sammen i SIRI Group for at udgive harmoniserede virksomhedsprofiler i sammenlignelige formater.

I september 2000 offentliggjorde sammenslutningen "Global Partners for Corporate Responsibility Research" ti krav til højere standarder for offentliggørelse i det 21. århundrede og slog til lyd for en blanding af frivillige, lovfæstede og markedsbetingede metoder til at sikre en betydelig forbedring af adgangen til data om virksomheder samt hæderlige og fuldstændige oplysninger, så der kan blive mulighed for at foretage ordentlig revision og benchmarking.

88. Det Europæiske Råd i Stockholm erkendte behovet for at skabe et dynamisk og effektivt europæisk marked for værdipapirer inden udgangen af 2003. I den forbindelse vil markedsindekser over virksomheder, der har de bedste sociale og miljømæssige resultater, blive mere og mere nødvendige som grundlag for at foretage socialt ansvarlige investeringer og som benchmark for socialt ansvarlig investering. For at sikre disse indeksers kvalitet og objektivitet bør vurderingen af virksomhedernes sociale og miljømæssige indsats og -resultater foretages på grundlag af oplysninger, som ledelsen, men også de øvrige interessenter, stiller til rådighed. Endvidere bør procedureerne for ekstern revision og intern kvalitetssikring anvendes til at overvåge og sikre nøjagtigheden af input-data, vurderingsprocedurer og resultater.

4. HØRINGSPROCESSEN

89. I grønbogen opfordres offentlige myndigheder på alle niveauer, herunder internationale organisationer, virksomheder fra SMV'er til multinationale selskaber, arbejdsmarkedets parter, NGO'er, andre interessenter og alle interesserede privatpersoner til at fremsætte deres synspunkter om, hvordan der kan opbygges et partnerskab med henblik på at udvikle en ramme for fremme af virksomhedernes sociale ansvar, der tager hensyn til både erhvervslivets og interessenternes interesser. Virksomhederne må arbejde sammen med de offentlige myndigheder for at finde nyskabende måder at udvikle virksomhedernes sociale ansvar på. Et sådant partnerskab kan yde et betydeligt bidrag til at nå målet om at fremme en model for virksomhedernes sociale ansvar baseret på europæiske værdier.

90. Ordet "ramme" bør fortolkes bredt. Forslagene bør bygge på frivilligheden i virksomhedernes sociale ansvar og vise, hvordan de kan bidrage til at nå en bæredygtig udvikling og en mere effektiv form for styring. Denne rammes niveau og indhold bør afklares gennem drøftelser i løbet af høringsperioden for grønbogen.
91. EU-institutionerne – Parlamentet, Ministerrådet, Kommissionen – samt Det Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget kan stimulere debatten, yde politisk støtte og tilrettelægge informations- og vidensudveksling om virksomhedernes sociale ansvar.
92. De vigtigste spørgsmål er:

EU's rolle

Hvad kan Den Europæiske Union gøre for at fremme udviklingen af virksomhedernes sociale ansvar på europæisk og internationalt plan? Bør EU navnlig supplere virksomhedernes eksisterende aktiviteter i forbindelse med det sociale ansvar og give dem øget værdi ved at:

- udvikle en overordnet europæisk ramme i samarbejde med hovedaktørerne i forbindelse med socialt ansvar, der sigter mod at fremme gennemsigtighed, sammenhæng og god praksis i virksomhedernes udøvelse af deres sociale ansvar?
- fremme konsensus om og støtte af effektive metoder til evaluering og kontrol af virksomhedernes foranstaltninger til opfyldelse af deres sociale ansvar?
- og/eller ved hvilke andre midler?

Virksomhederne og det sociale ansvar

- Hvilken rolle spiller det sociale ansvar i virksomhedernes forretningsstrategier?
- Hvilke drivkræfter kan få virksomhederne til at påtage sig deres sociale ansvar? Hvilke forventninger ligger der bag, når de påtager sig det? Hvilke områder fokuserer de på? Hvad får virksomhederne ud af det?
- Hvad er de bedste og mest udbredte måder, hvorpå virksomhedernes sociale ansvar kan gennemføres og forvaltes? Hvilken god praksis findes der for SMV'er?
- Hvordan kan vi bedst arbejde videre med opfordringen til erhvervslivet i Kommissionens forslag til en strategi for bæredygtig udvikling om at offentliggøre et "trefoldigt resultat" i deres årsberetninger til aktionærerne, som viser virksomhedernes resultater ud fra økonomiske, miljømæssige og sociale kriterier?
- Hvordan kan man bedst etablere forbindelse mellem de sociale og miljømæssige dimensioner af virksomhedernes sociale ansvar?
- Hvordan kan man bedst fremme yderligere viden om erhvervslivets interesse i virksomhedernes sociale ansvar og merværdien heri?

Vigtigste aktører og interessenter

- Hvordan kan man bedst etablere og udvikle en struktureret dialog mellem virksomhederne og deres forskellige interessenter om virksomhedernes sociale ansvar?
- Hvilken rolle skal de vigtigste aktører, dvs. virksomheder, arbejdsmarkedets parter, offentlige myndigheder, NGO'er, have med hensyn til at fremme virksomhedernes sociale ansvarlighed?
- Hvordan kan EU fremme en bredere anvendelse af principperne for social ansvarlighed gennem sine politikker både inden for EU og internationalt, herunder gennem sin politiske dialog og sine partnerskabsaftaler, i sine programmer og gennem sin tilstedeværelse i internationale fora?

Evaluering og effektivitet

- Hvordan kan man bedst udvikle, evaluere og sikre effektivitet og pålidelighed i de værktøjer, der bruges til at fremme social ansvarlighed, f.eks. adfærdskodekser, social rapportering og revision, social mærkning og miljømærkning, socialt ansvarlig investering?

Foranstaltninger til støtte for VSA

- Hvilke foranstaltninger er de mest hensigtsmæssige til at fremme og støtte udviklingen af virksomhedernes sociale ansvar? På hvilke niveauer (i virksomheden, lokalt, regionalt, inden for sektoren, nationalt, i EU og internationalt) kan sådanne foranstaltninger mest hensigtsmæssigt gennemføres?

Disse foranstaltninger kunne omfatte:

- støtte til efteruddannelse og omskoling for at sikre, at lederne har de nødvendige kvalifikationer og kompetencer til at udvikle og fremme virksomhedernes sociale ansvarlighed
 - informationsformidling og –udveksling, især om god praksis for virksomhedernes udøvelse af deres sociale ansvar, fastsættelse af standarder, benchmarking og overvågning, aflæggelse af regnskab, revision og rapportering
 - socialpolitisk analyse og – forskning på mellemlang sigt
 - analyse af, hvilken rolle de juridiske rammer spiller.
93. Som nævnt i indledningen er hovedmålet med denne grønbog at øge bevidstheden og stimulere debatten om nye måder, hvorpå man kan fremme virksomhedernes sociale ansvar. På dette trin ønsker Kommissionen ikke at påvirke udfaldet af debatten ved at stille konkrete forslag til aktioner. Grønbogen vil komme ud i brede kredse, og det er Kommissionens håb, at den vil blive drøftet lokalt, nationalt og på EU-plan.
94. Evt. kommentarer indsendes skriftligt senest den 31. december 2001 til

Europa-Kommissionen
 CSR Green Paper Consultation
 Rue de la Loi/Wetstraat 200
 B - 1049 Bruxelles/Brussel

CSR@CEC.EU.INT

BILAG

BEGREBER

- **Sagsbaseret investering eller investering i lokalsamfundet:** At støtte en bestemt sag eller aktivitet ved at finansiere den gennem investering. I modsætning til donationer kræver investorer, der investerer i en sag, at den oprindelige investering kan komme tilbage enten i form af tilbagebetaling (lån) eller handel (aktier).
- **Adfærdskodeks:** en formel redegørelse for en virksomheds, og undertiden dens leverandørers, værdier og forretningspraksis. En kodeks er en redegørelse for minimumsstandarder sammen med et løfte fra virksomheden om at overholde dem og kræve, at dens kontrahenter, underkontrahenter, leverandører og licenshavere også overholder dem. Der kan være tale om et omfattende dokument med krav om, at en række konkrete standarder overholdes, og hvortil der er knyttet en kompliceret håndhævelsesmekanisme.
- **Virksomhedsetik:** forvaltning af samtlige relationer mellem en virksomhed og dens værtssamfund, lokalt, nationalt og globalt.
- **Corporate governance:** en række relationer mellem en virksomheds ledelse, bestyrelse, aktionærer og øvrige interessenter. Corporate governance danner også den struktur, hvor virksomhedens mål bliver fastlagt, og hvor midlerne til at nå disse mål og overvåge indsatsen bliver bestemt. (OECD Code - 1999)
- **Miljøeffektivitet:** den opfattelse, at en virksomhed ved at forbedre den måde, hvorpå den udnytter ressourcerne, kan nedbringe skader på miljøet og nedsætte sine omkostninger.
- **Miljørevision:** Anvendelse af ikke-finansielle, miljømæssige kriterier på en investeringsbeslutning.
- **Vurdering af virkninger på miljøet (VVM):** analyse af, hvordan en virksomheds projekt eller drift påvirker miljøet.
- **Etisk revision:** Anvendelse af ikke-finansielle, etiske kriterier på en investeringsbeslutning.
- **Etisk screening:** inddragelse eller udelukkelse af værdipapirer i investeringsporteføljer af etiske, sociale eller miljømæssige årsager.
- **Etisk handel:** Har til formål at sikre, at vilkårene i de almindelige produktionskæder opfylder grundlæggende minimumsstandarder og fjerne de arbejdsformer, hvor der sker størst udnyttelse, såsom børne- og tvangsarbejde og de såkaldte "sweatshops" med lav løn og dårlige arbejdsforhold. Mærkningskriterier er normalt baseret på ILO's vigtigste konventioner.
- **Fair trade:** Defineres som en alternativ fremgangsmåde i forhold til konventionel international handel. Det er et handelspartnerskab, der fremmer bæredygtig udvikling for udstødte og dårligt stillede producenter. Dette søges fremmet ved at

skabe bedre handelsbetingelser og gennem oplysning og kampagner. Kriterierne for, at varer kan blive fair trade-mærket, er forskellige fra produkt til produkt, men dækker spørgsmål som garanterede priser, forudbetaling og direkte betaling til avlerne eller deres kooperativer.

- **Menneskerettigheder:** Menneskerettighederne, der er baseret på anerkendelse af alle menneskers iboende værdighed og lige og umistelige rettigheder, er grundlaget for frihed, retfærdighed og fred i verden. De er defineret i Verdenserklæringen om Menneskerettigheder (1948). På EU-niveau hedder det i artikel 6, i traktaten om Den Europæiske Union, at Unionen "bygger på principperne om frihed, demokrati og respekt for menneskerettighederne og de grundlæggende frihedsrettigheder samt retsstatsprincippet, der alle er principper, som medlemsstaterne har til fælles". Endvidere er den Europæiske Menneskerettighedskonvention, som er vedtaget af Europarådet, juridisk bindende for alle medlemsstater. Endvidere indeholder EU-chartret om grundlæggende rettigheder, som blev vedtaget i Nice i december 2000, en opfordring til, at EU-institutionerne og medlemsstaterne overholder grundlæggende rettigheder, når de handler i henhold til Unionens lovgivning.
- **Overvågning:** regelmæssig informationsindsamling for at kontrollere indsats og resultater i forhold til visse kriterier.
- **Ansvarlig virksomhedskultur:** et begreb udviklet af FN om erkendelse af erhvervslivets betydning for gennemførelsen af bæredygtig udvikling og af, at virksomheder kan operere på en sådan måde, at de styrker økonomisk vækst og øger konkurrenceevnen og samtidig sikrer miljøbeskyttelse og fremmer social ansvarlighed.
- **Aktionærindflydelse:** aktionærens forsøg på at forbedre en virksomheds etiske, sociale og/eller miljømæssige adfærd gennem dialog, pres, støtte til ansvarlig ledelse og ved at stemme på de årlige generalforsamlinger.
- **Social revision:** systematisk evaluering af en organisations virkninger på samfundet i forhold til standarder og forventninger.
- **Social kapital:** beholdning af fælles opfattelser og tillid i et givet samfund. Social kapital er en forudsætning for menneskers samarbejde og organiserede adfærd, herunder virksomheders aktiviteter. Social kapital kan omdannes, forbruges eller suppleres op, ganske som finansiel kapital.
- **Vurdering af sociale virkninger:** systematisk analyse af, hvordan en virksomheds projekt eller drift påvirker den sociale og kulturelle situation i de berørte samfund.
- **Social mærkning:** ord og symboler på produkter, der søger at påvirke forbrugernes købsbeslutninger ved at give sikkerhed for en virksomheds aktiviteter samfundsmæssige og etiske virkninger på andre interessenter.
- **Social rapport:** et dokument, som indeholder resultaterne af en vurdering af virkningerne på samfundet.

- **Interessant:** en privatperson, et samfund eller en organisation, der påvirker eller påvirkes af en virksomheds aktiviteter. Interessenter kan være interne (f.eks. ansatte) eller eksterne (f.eks. kunder, leverandører, aktionærer, finansfolk, lokalsamfundet).
- **Standard:** en række alment vedtagne procedurer, fremgangsmåder og specifikationer.
- **Trestrengt resultat:** den ide, at en virksomheds samlede indsats og resultater skal måles på grundlag af dens samlede bidrag til økonomisk velstand, miljøkvalitet og social kapital.
- **Bekræftelse:** en ekstern revisors godkendelse af, at en organisations optegnelser, rapporter eller erklæringer er gyldige, meningsfulde og fuldstændige.

NYTTIGE INTERNET LINKS

Internationale organisationer

- United Nations Global Compact (<http://www.unglobalcompact.org/>): en adfærdskodeks for store selskaber, som FN's generalsekretær Kofi Annan lancerede i 2000. I de ni FN-principper for multinationale og tværnationale selskaber anerkendes forskellige former for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder og miljørettigheder.
- United Nations research programme on CSR (<http://www.unrisd.org/engindex/research/busrep.htm>): FN's forskningsprogram om virksomhedernes sociale ansvar (VSA), der sigter mod at fremme forskning i og politisk dialog om spørgsmål i forbindelse med VSA og miljøansvar i udviklingslandene.
- ILO Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy (<http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/tridecl/index.htm>)
- ILO database on Business and Social Initiatives (<http://oracle02.ilo.org:6060/vpi/vpisearch.first>): database om erhvervsmæssige og sociale initiativer, som indeholder omfattende information om initiativer i den private sektor vedrørende arbejdsvilkår og sociale betingelser på arbejdspladsen og i det lokalsamfund, hvor virksomhederne har deres aktiviteter.
- OECD Guidelines for Multinational Enterprises (MNEs) (<http://www.oecd.org/daf/investment/guidelines/>): OECD's retningslinjer for multinationale selskaber indeholder henstillinger til virksomheder fremsat af regeringerne i OECD's medlemslande samt Argentina, Brasilien og Chile om spørgsmål i forbindelse med virksomhedernes sociale ansvar, fra beskæftigelsesforhold til konkurrenceforhold, beskatning og bestikkelse (2000).
- OECD Principles for Corporate Governance (<http://www.oecd.org/daf/governance/principles.htm>): standarder og retningslinjer for aktionærers rettigheder og andre spørgsmål om corporate governance (1999)

EU-institutioner

- GD for beskæftigelse og sociale anliggender, websted om VSA (http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm)
- DG Trade webpage on CSR and OECD Guidelines for multinational enterprises (<http://www.europa.eu.int/comm/trade/miti/invest/oecd.htm>) (GD for handel, websted om VSA og OECD-retningslinjerne for multinationale selskaber)
- Generalsekretariatets websted om bæredygtig udvikling (<http://www.europa.int/comm/environment/eussd/index.htm>)
- GD for Miljø websted med Fællesskabets sjette miljøhandlingsprogram 2001-2010 "Vores fremtid. vores valg" (<http://europa.eu.int/comm.environment/newprogr/index.htm>)
- GD for Miljø websted med oplysninger om integreret produktpolitik (IPP) (<http://europa.eu.int/comm/environment/ipp/home.htm>)

Organisationer for flere interessenter

- Copenhagen Centre (<http://www.copenhagencentre.org/>): en international, selvstændig institution, der blev oprettet af den danske regering i 1998 med det formål at fremme frivillige partnerskaber mellem stat og virksomheder for således at fremme social samhørighed.
- Business Partners for Development (<http://www.bpdweb.org/>): et uformelt globalt netværk af erhvervslivet, staten og det civile samfund, der har til formål at fremme gode eksempler på tresidede partnerskaber om social og økonomisk udvikling over hele verden.
- CERES (<http://www.ceres.org/>): en almennyttig sammenslutning af investorer, offentlige pensionsfonde, fagforeninger og offentlige interessegrupper, der arbejder i partnerskab med virksomheder mod det fælles mål at sikre virksomhedernes miljømæssige ansvarlighed over hele verden.
- Webstedet for International Institute for Sustainable Development (www.iisd.ca), Business and Sustainable Development (BSD) er en kilde til omfattende oplysninger om bæredygtig udvikling for den private sektor.
- Tomorrow: The Sustainable Business Toolkit (www.tomorrow-web.com): indeholder de seneste globale miljønyheder for erhvervslivet, links til virksomheders miljørapporter og anden information af interesse for erhvervslivet.
- Sustainable Business.com (www.sustainablebusiness.com): omfattende site, der indeholder nyttige oplysninger for dem, der er interesserede i bæredygtigt erhvervsliv.

Produktdesign og ressourceeffektivitet

- Centre for Sustainable Design (www.cfsd.org.uk): fremmer drøftelser om og forskning i miljørigtigt design og bredere overvejelser om bæredygtighed i udvikling af varer og tjenesteydelser.
- Working Group on Sustainable Product Design, UNEP <http://unep.frw.uva.nl/>: forskning i bæredygtige varer og tjenesteydelser, herunder en database over bæredygtige varer og tjenesteydelser.
- The Rocky Mountain Institute - (www.rmi.org) –Om faktor 4 og naturlig kapitalisme.
- Greening of Industry – (www.greeningofindustry.org): et internationalt netværk, forskningsinstitut, der fokuserer på spørgsmål vedrørende industri, miljø og samfund.

Erhvervsorganisationer

- WorldCSR (<http://www.worldcsr.com>): fælles portal, der forbinder store VSA-erhvervsorganisationers websteder.
- CSREurope (<http://www.csreurope.org/>): et europæisk erhvervsnetværk baseret på medlemskab oprettet i 1996 som følge af European Declaration of Business against Exclusion, som tidligere formand for EU-Kommissionen Jacques Delors og 20 erhvervsledere tog initiativ til.
- Nationale erhvervsorganisationer arbejder for virksomhedernes sociale ansvarlighed på nationalt, regionalt og lokalt plan i Belgien; Finland; Frankrig; Grækenland; Irland; Italien; Nederlandene; Portugal; Sverige og Det Forenede Kongerige
- Social Venture Network (SBN) Europe: et netværk bestående af socialt og miljømæssigt engagerede erhvervs- og virksomhedsledere
- European Foundation for Quality Management (EFQM) (<http://www.efqm.org/>): en almennyttig organisation, der med støtte fra Europa-Kommissionen sigter mod at bidrage til udvikling af aktiviteter, som kan fremme kvalitetsforbedring, kundetilfredshed, medarbejdertilfredshed, virkninger på samfundet og virksomhedernes resultater.
- Business Impact Taskforce (<http://www.business-impact.org/>): en taskforce, der blev oprettet i 1998 med det formål at tilvejebringe en reference for planer, god praksis og målemetoder, som omfatter alle aspekter af virksomhedernes sociale ansvar.
- Conference Board (<http://www.conference-board.org/>): forskningsnetværk baseret på virksomhedsmedlemskab, som har til formål at forbedre erhvervsaktiviteter og styrke erhvervslivets bidrag til samfundet.
- International Business Leaders Forum (IBLF) (<http://www.csrforum.com/>): en international almennyttig organisation, der blev oprettet i 1990 for at fremme ansvarlig forretningspraksis, som er til gavn for både erhvervsliv og samfund, og

som hjælper med at sikre en socialt, økonomisk og miljømæssigt bæredygtig udvikling, især i nye markedsøkonomier.

- The European Bahá'í Business Forum (EBBF) (<http://www.ebbf.org/framinfo.htm>): et globalt erhvervsnetværk med centrum i Europa
- The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (<http://www.wbcd.ch/>): et internationalt erhvervsnetværk, der blev oprettet i 1995 med det formål at udvikle et tættere samarbejde mellem erhvervslivet, staten og alle andre organisationer, der arbejder for miljø og bæredygtig udvikling.
- Business for Social Responsibility (BSR) (<http://www.bsr.org/>): internationalt erhvervsnetværk oprettet i 1992 for at skaffe medlemmerne innovative produkter og tjenesteydelser, som kan hjælpe virksomheder til at få kommerciel succes på en måde, der viser respekt for etiske værdier, mennesker, samfund og miljø.
- Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) (<http://www.acca.co.uk/index.html>): en verdensomspændende faglig organisation for statsautoriserede revisorer, der fremmer etiske og styringsmæssige standarder i alle aspekter af finansielle, sociale og grønne regnskaber.
- Society and Business (<http://www.societyandbusiness.gov.uk>): vejledning – udsendt i marts 2001 af det britiske handels- og industriministerium – til erhvervslivet i planer for VSA og disponible ressourcer fra erhvervslivet og den britiske regering.
- Det Internationale Handelskammer: (www.iccwbo.org/home/menu_environment.asp): Erhvervscharter for bæredygtig udvikling giver virksomhederne et grundlag for forsvarlig miljøforvaltning.

NGO'er

- Human Rights Watch (<http://www.hrw.org/>): en NGO, der arbejder for at beskytte menneskerettigheder i hele verden.
- Transparency International (<http://www.transparency.de/>): en NGO, der er engageret i at nedbringe både international og national korrupsion.
- International Alert (IA) (<http://www.international-alert.org/>): en NGO med hjemsted i Det Forenede Kongerige, der søger at styrke den fredsskabende evne hos mennesker i krigssituationer ved at fremme dialogen på forskellige niveauer.
- International Corporate Governance Network (<http://www.icgn.org/>): et netværk til international menings- og informationsudveksling om spørgsmål vedrørende corporate governance og udvikling af retningslinjer for corporate governance.
- European Corporate Governance Network (<http://www.ecgn.ulb.ac.be/ecgn/>): et europæisk, almennyttigt forskningsnetværk, der arbejder med europæiske og sammenlignende spørgsmål i forbindelse med corporate governance.

Adfærdskodekser

- Codes of conduct (<http://www.codesofconduct.org/>): et websted, der giver nyttige informationer for den, der er interesseret i den fuldstændige tekst til forskellige adfærdskodekser, bestemmelser, sponsorer og virkninger på forskellige former for forretningspraksis.
- IEPCE (European Initiative for Ethical Production and Consumption) (<http://www.iepce.org/>): et europæisk forum mellem de største sociale og økonomiske aktører, der ønsker at fremme etisk produktion og forbrug (arbejdsgivere, fagforeninger, NGO'er, offentlige institutioner)
- Social Accountability 8000 (SA8000) (<http://www.cepaa.org/sa8000.htm>): en frivillig standard for virksomhedernes sociale ansvar, der blev etableret i 1997 af Council on Economic Priorities Accreditation Agency (CEPAA), som for nylig ændrede navn til Social Accountability International (SAI). Fokuserer hovedsagelig på arbejdspraksis, f.eks. børnearbejde, foreningsfrihed, arbejdstid og lønninger. Denne globale kodeks for virksomhedernes sociale ansvar er opbygget efter ISO 9000 og omfatter godkendelse af revisorer og uafhængig overvågning.
- Caux Round Table Principles for Business (<http://www.cauxroundtable.org/>): en adfærdskodeks, der fokuserer på virksomhedernes sociale ansvar globalt. Den er vedtaget af en trilateral erhvervsorganisation.
- Global Sullivan Principles (<http://www.globalsullivanprinciples.org/>): en række principper udarbejdet af pastor Leon H. Sullivan som vejledning for virksomhedernes sociale, økonomiske, politiske og grønne politikker.
- ICFTU Basic Code of Labour Practice (<http://www.icftu.org/displaydocument.asp?Index=991209513&Language=EN>): den Frie Faglige Internationales standardkodeks om arbejdstageres rettigheder (1997).
- Investors in People (<http://www.iipuk.co.uk/>): en britisk kvalitetsstandard, der fastsætter et niveau for god praksis til forbedring af en organisations indsats og resultater gennem sine mennesker.
- Ethical Trading Initiative (ETI) (<http://www.eti.org.uk/>): en britisk kodeks udviklet gennem partnerskab mellem detailhandels- og forbrugsvarevirksomheder, NGO'er, fagforeninger og den britiske regering.
- Amnesty International's Human Rights Principles for Companies (<http://www.amnesty.org/ailib/aipub/1998/ACT/A7000198.htm>): en international kodeks, hvorefter virksomheder skal beskytte menneskerettighederne og overholde flere arbejdsstandarder i lande, hvor de har afdelinger.
- Clean Clothes Campaign Code of Labor Practices for the Apparel Industry (<http://www.cleanclothes.org/codes/cccode.htm>): en standardkodeks for arbejdsstandarder og et overvågningssystem for virksomheder i beklædningsindustrien.

Sociale mærkninger

- International Federation of Alternative Trade (IFAT) (<http://www.ifat.org/>): en sammenslutning af fabrikker og "alternative" handelsorganisationer.
- European Fair Trade Association (EFTA) (<http://www.eftafairtrade.org/>): et europæisk netværk af fair trade-organisationer, der importerer fair trade-produkter fra økonomisk dårligt stillede producentgrupper i Afrika, Asien og Latinamerika.
- Network of European World Shops (NEWS!) (<http://www.shared-interest.com/cust/news.htm>): et netværk, der arbejder med både det kommercielle og det uddannelsesmæssige aspekt af fair trade.
- Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) (<http://www.fairtrade.net/>): en paraplyorganisation med det formål at koordinere nationale fair trade-initiativers arbejde mere effektivt, gennemføre overvågningsprogrammer og indføre en fælles international fair trade-mærkning. De nationale initiativer har ansvaret for at markedsføre og fremme fair trade i deres respektive lande.
- The Fairtrade Mark (<http://www.gn.apc.org/fairtrade/>): et fair trade-mærke, som tildeles af en fond, der sigter mod at forbedre samhandelsbetingelserne for producenter i den tredje verden, til produkter, som opfylder internationalt anerkendte standarder for fair trade.
- Max Havelaar (<http://www.maxhavelaar.nl/english/>): et fair trade-mærke, der tildeles af en nederlandsk fond, som sigter mod at give landmænd og arbejdstagere i de dårligt stillede dele af den tredje verden adgang til international samhandel på gode betingelser (1986).
- Transfair International (<http://www.transfair.org/>): et initiativ taget af EFTA og Transfair Tyskland til at tildele fair trade-mærker.
- Rattvisemarkt (<http://www.raettvist.se/>): et svensk fair trade-mærke.

Social rapportering

- Social & Ethical Reporting Clearinghouse (<http://cei.sund.ac.uk/ethsocial/index.htm>): et websted med links til retningslinjer for social og etisk rapportering, organisationer og undersøgelser.
- Global Reporting Initiative (GRI) (<http://www.globalreporting.org/>): en international foranstaltning truffet af mange interessenter for at skabe en fælles ramme for frivillig rapportering af en virksomheds globale økonomiske, miljømæssige og sociale praksis. CERES' og FN's miljøprogram oprettede GRI i 1997. I juni 2000 offentliggjorde GRI de nye retningslinjer for rapportering om bæredygtighed.
- AccountAbility 1000 (AA1000) (<http://www.accountability.org.uk/>): en standard til måling af en virksomheds sociale og etiske resultater i forhold til objektive kriterier udstedt af det britiske Institute of Social and Ethical Accountability i november 1999.

Socialt ansvarlig investering

- UK Social Investment Forum (<http://www.uksif.org/>): et britisk medlemsbaseret netværk for socialt ansvarlig investering.
- Dow Jones Sustainability Group Index (DJSGI) (<http://www.sustainability-index.com/>): et indeks over virksomheder, der drives ud fra principper om bæredygtighed, udarbejdet af Dow Jones i samarbejde med SAM Sustainable Asset Management.
- FTSE4Good (<http://www.ftse4good.com/frm0101.asp>): et indeks over etisk ansvarlige virksomheder oprettet af FTSE i samarbejde med Ethical Investment Research Service (EIRIS) og FN's børnefond (Unicef).
- Sustainable Investment Research International Group (SIRI) (<http://www.sirigroup.org/>): en sammenslutning af 10 forskningsorganisationer, der har til formål at sikre og fremme forskningsprodukter og -tjenesteydelser af høj kvalitet i forbindelse med sociale investeringer i hele verden.

ISSN 0254-1459

KOM(2001) 366 endelig udg.

DOKUMENTER

DA

04 08 05 01

Katalognummer : KT-CO-01-452-DA-C

Kontoret for De Europæiske Fællesskabers Officielle Publikationer
L-2985 Luxembourg

