

Til

udvalgenes medlemmer og stedfortrædere

Grøn bog om virksomhedernes sociale ansvar

Resumé

Hvad kan EU gøre for at fremme udviklingen af virksomhedernes sociale ansvar ? Skal der udvikles en europæisk ramme for, hvordan man fremmer, måler og kontrollerer ansvaret ? Og hvilke rolle skal henholdsvis virksomhederne, arbejdsmarkedets parter og de offentlige myndigheder have ?

Det er nogle af de spørgsmål, som EU-kommissionen ønsker at få sat en debat i gang om. Til det formål har Kommissionen den 18. juli 2001 fremlagt en Grøn bog om virksomhedernes sociale ansvar. Denne note beskriver kort og i hovedpunkter Grønbogens baggrund, formål og indhold.

Kommissionen opfordrer alle – og dermed også Folketingets medlemmer – til at bidrage til debatten. De, der bidrager, får indflydelse på, hvordan Kommissionens og EU's politik på området kommer til at se ud i fremtiden. Der er svarfrist den 31. december 2001.

Baggrund

Grønbogen er et bidrag til Lissabon-strategien, som Stats- og Regeringscheferne blev enige om i marts 2000. I den sociale dagsorden for 2000-2005, som blev vedtaget på Nice-topmødet i december 2001, er det således også anført, at virksomhedernes sociale ansvar skal styrkes. Grønbogen er endvidere et bidrag til strategien om bæredygtig udvikling, som blev vedtaget på Göteborg-topmødet i juni 2001, og som supplerer Lissabon-strategien.

Formål

Formålet med grønbogen er at debattere, hvordan man

- på europæisk plan kan fremme udvikling af virksomhedernes sociale ansvar både i EU og internationalt,
- får det bedste ud af allerede eksisterende erfaringer,
- fremmer nye metoder og skaber større gennemsigtighed, samt
- skaber pålidelige evalueringer.

Indhold

Grønbogen fokuserer hovedsagelig på virksomhedernes ansvar på det sociale område. Grønbogen kommer dog samtidig ind på begrebet "den tredobbelte bundlinje", der betyder, at virksomhederne ud over økonomiske hensyn også frivilligt tager sociale og miljømæssige hensyn.

Grønbogens indeholder 2 hovedafsnit:

Første afsnit beskriver definitionen og betydningen af virksomhedernes sociale ansvar. Til det formål deler Grønbogen det sociale ansvar op i to dimensioner; den interne dimension, dvs. ansvaret i forhold til

medarbejderne og produktionen (nedenfor pkt. 1), og den eksterne dimension, dvs. ansvaret i forhold til omverdenen (nedenfor pkt. 2).

Andet hovedafsnit handler om "et helhedsorienteret syn på virksomhedernes sociale ansvar". Her redegør Kommissionen for, på hvilke områder, der kan sættes ind for at fremme, synliggøre og bedømme virksomhedernes sociale ansvar (nedenfor pkt.3). Endelig angiver Grønbogen til sidst de vigtigste spørgsmål om virksomhedernes sociale ansvar, som bør diskuteres.

1. Virksomhedernes interne sociale ansvar

Dette afsnit handler om virksomhedernes sociale ansvar i forhold til medarbejderne. Afsnittet giver en række eksempler på, hvordan virksomheder kan handle mere socialt over for deres medarbejdere.

- Virksomhederne kan vise socialt ansvar i deres personaleledelse og udvikling ved f.eks. at tilbyde livslang læring, en bedre balance mellem arbejde, familie og fritid, mere varieret sammensætning af arbejdsstyrken, ligeløn og karrieremuligheder, overskudsdeling og medarbejderejerskab.
- Ligeledes vil virksomhederne kunne vise deres sociale ansvar ved at føre en ansvarlig arbejdsmiljøpolitik og ved at omstrukturere på en social ansvarlig måde.
- Endelig kan virksomhederne vise deres sociale ansvar ved at tage hensyn til miljøet gennem mindre forbrug og mindre affald.

Kommissionen anfører, at sådanne initiativer kan øge virksomhedens rentabilitet, tiltrække bedre arbejdskraft, give færre personaleudskiftninger, samt gøre virksomheden bedre til at omstille sig og gøre den mere nyskabende. Kommissionen håber, at det kan bevises, at det er i virksomhedernes egen interesse at tilbyde mere end det, de retligt eller aftalemæssigt er forpligtiget til.

2. Virksomhedernes eksterne sociale ansvar

Afsnittet beskriver, hvilken interesse og hvilket behov virksomhederne har i at vise socialt ansvar i forhold til lokalsamfundet, forretningspartnere, leverandører og forbrugere, i forhold til menneskerettigheder og i forhold til globale miljøhensyn.

Virksomhederne har en interesse i et godt forhold til det lokale miljø, dels fordi de får det meste af deres arbejdskraft herfra, dels fordi det lokale marked er det vigtigste marked. Virksomhederne kan vise socialt ansvar ved f.eks. at skabe uddannelsespladser, børnefaciliteter, støtte den lokale sport m.m. Virksomhederne indgår også i et samspil med det lokale fysiske miljø og har et ansvar for at producere miljørigtigt. Især ikke-lokale virksomheder har en interesse i et godt forhold til lokalsamfundet, fordi det letter adgangen til lokalmarkedet for deres datterselskaber.

I forhold til forretningspartnere m.m. kan virksomhederne vise socialt ansvar ved – udover deres egen sociale adfærd – også at stille krav til deres partners og leverandørers sociale adfærd. Særlig store virksomheder kan spille en stor rolle ved at hjælpe nystartede virksomheder og indskyde risikovillig kapital.

I forhold til menneskerettigheder og globale miljøhensyn henvises til internationale instrumenter såsom ILOs og OECDs retningslinjer samt til nye adfærdskodekser, der dækker arbejdsvilkår, menneskerettigheder og miljøaspekter. Grønbogen beskriver udførligt behovet for kontrollen med disse instrumenter.

3. Et helhedsorienteret tilgang til virksomhedernes sociale ansvar

I dette afsnit forsøger Kommissionen at give et bud på hvor og hvordan man kan sætte ind for at fremme virksomhedernes sociale ansvar. Det kan gøres gennem

- at satse på socialt ansvarlig ledelse, hvor ledere og medarbejdere uddannes til også at kunne inddrage sociale kriterier i ledelsen og driften af virksomheden.
- at udvikle og styrke systemer, der hjælper virksomhederne med at rapportere om sociale og miljømæssige spørgsmål. Der skal også udarbejdes standarder for, hvordan rapporteringen skal foretages, så man kan sammenligne virksomhederne.
- at sikre kvalitet på arbejdspladsen. Det kræver inddragelse og uddannelse af de ansatte. Den sociale dialog skal udvides så den også omfatter spørgsmålet om virksomhedernes sociale og miljømæssige indsats.
- at lave social mærkning og miljømærkning. Her skal der udvikles fælles kriterier og standarder og kontrolsystemer, der kan garantere mærkningernes troværdighed.

- at foretage socialt ansvarlige investeringer. Hvis socialt ansvarlige investeringer skal fremmes, skal finansmarkederne blive opmærksomme på deres potentielle udbytte. Det kan ske ved oprettelsen af sociale investeringsfora. Sociale investeringer kræver også kriterier for og gennemsigtighed omkring evaluering af virksomhedernes sociale ansvar.

Det videre forløb

Det belgiske EU-formandskab planlægger at holde en stor konference om Grønbogen den 27.-28. november 2001. Formandsskabet vil på baggrund af konferencen udarbejde udkast til konklusioner. Det er herefter meningen, at Social- og arbejdsministerrådsmødet den 3. december 2001 skal diskutere konklusionerne.

Kommissionen opfordrer alle interesserede i indsende deres kommentarer til Grønbogen inden den 31. december 2001. Kommissionen har oprettet en hjemmeside om emnet.

I Folketingets regi skal Europaudvalget og det/de relevante fagudvalg tage stilling til behovet for en fælles offentlig høring og for tilbagemelding til Kommissionen.

Med venlig hilsen

Vibeke Sylvest