



SÅ KAN DITT FÖRETAG JOBBA MED ETIK OCH SOCIALT ANSVARSTAGANDE



Innehållsförteckning

Inledning	3
Företagens handlingskraft viktig	4
Detta är CSR	4
Socialt ansvarstagande – kan öka din konkurrenskraft	7
Så kan du arbeta med CSR-frågor	9
Uppförandekoder som verktyg	10
Så undviker ditt företag att bryta mot mänskliga rättigheter	14
Miljön – en viktig del i CSR-arbetet	15
Näringslivet har ansvar för kemikalier på marknaden För dig som vill veta mer	15 16
Europeiskt företagsinitiativ	18
”Bättre resultat genom samarbete”	19
Internationella flerpartsinitiativ	20
Konsument & intresseorganisationer (NGO:s) i Sverige	22
Blandade tips	22
Så arbetar Lindex med socialt ansvar – CSR	24
Så arbetar Svensk Handel med CSR-frågor	26

Dokumentet togs fram 2008

Liten ordlista

CSR = Corporate Social Responsibility (företagens sociala ansvar) innebär att som företag arbeta med etik och miljö i hela produktionsledet.

Uppförandekod = Skriftliga regler för ett företags verksamhet.

NGO = Icke-statlig intresseorganisation.

Stakeholder = Företagets intressenter, exempelvis kunder, aktieägare och fackförbund.

Att arbeta med socialt ansvar – CSR sprider ringar på vattnet

Frågor om etik och socialt ansvar får allt större betydelse bland Svensk Handels medlemsföretag. Kanske inom ditt med? Helt klart är att frågor om socialt ansvar inte längre är en isolerad företeelse utan något som genomsyrar det dagliga arbetet och som även avspeglar hur ett företag uppfattas av omvärlden – och inte minst av sina kunder.

Alla företag, såväl stora som små, är beroende av kundernas efterfrågan. Därmed är de också de som allra snabbast behöver anpassa sig till de krav på etik och miljö som allt oftare ställs. Glädjande är att allt fler företag vill ta ansvar. Många svenska handelsföretag ligger i framkant och ställer höga krav på sina leverantörer. Företagens arbete med etik, mänskliga rättigheter, arbetsförhållanden och miljö sprider sig som ringar på vattnet – och bidrar till förbättrade arbetsförhållanden och till en hållbar utveckling.

Svensk Handel är engagerade i CSR-frågorna och vi delar gärna med oss av vår kunskap. Att ta ett socialt ansvar innebär först och främst att företag försöker minimera de negativa effekter som ett företags verksamhet kan ha på människor och miljö.

I den här broschyren får du tips och riktlinjer för hur du konkret kan arbeta med CSR-frågor. Fokus ligger på olika problem som är kopplade till kontroll och uppföljning i leverantörskedjan. Har ditt företag redan kommit en bit på väg? Då kan du hitta ytterligare inspiration att fortsätta och fördjupa arbetet.

Det behöver inte vara komplicerat att arbeta med etik och socialt ansvar. En bra början är att svara på vad du och ditt företag tycker är okej. Men framförallt, vad tycker ni inte är okej?



Lycka till med ditt CSR-arbete!

Ann Christiansson
ann.christiansson@svenskhandel.se

FÖRETAGENS HANDLINGSKRAFT VIKTIG

Handel är ett av de viktigaste verktygen i arbetet att utveckla fattiga länder. Globaliseringen har bidragit till ökad insyn och engagemang bland företag, medier och allmänhet. Allt fler företag inser värdet av att ta hänsyn till mänskliga rättigheter och miljö i sin produktion. Särskilt som det är alltför vanligt att regeringar i utvecklingsländer brister i tillsynen av de lagar och regler som de själva står bakom. Regeringarna har många gånger signerat avtal, konventioner och deklarationer som ska ligga till grund för de krav som idag ställs på företagen. Därmed är regeringarna ytterst ansvariga för implementering, kontroll och efterlevnad av mänskliga rättigheter, arbetsrätt, korruptionsbekämpning, miljöhänsyn med mera. Bristerna i regeringarnas tillsyn förklaras ofta genom otillräckliga resurser och administrativ kapacitet. Det är i dessa lägen som företagens egna CSR-policy blir av särskilt stor betydelse.

Som ansvarstagade företag är det viktigt att tänka på vilka möjligheter företaget har att påverka sin vardag och sin verksamhet. Att vara lyhörd och tänka efter minskar förhoppningsvis glappet mellan omvärldens krav på ansvar och företagets realistiska möjlighet att påverka i rätt riktning. Ett bra sätt är att lyssna på sina intressenter för att få inblick i vilka förväntningar som finns på företaget.

DETTA ÄR CSR

CSR står för Corporate Social Responsibility (företagens sociala ansvar). Tanken är att företag och marknadsaktörer frivilligt ska medverka till ett bättre samhälle och en renare miljö. CSR omfattar ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor. Begreppet innefattar arbetsrättsfrågor, mänskliga rättigheter, miljöhänsyn och korruption.

Vad innebär ett socialt ansvarstagande? I första hand handlar det om att företag ska försöka minimera de negativa effekter som ett företags verksamhet kan ha på människor och miljö. Ett socialt ansvarstagande är först och främst kopplat till ett företags kärnverksamhet.

Myndigheter och organisationer har olika uppfattningar om vad som ska ingå i CSR-begreppet. Men det finns ett antal internationellt överenskomna lagar och konventioner som kan sägas utgöra själva kärnan för ett företags CSR-arbete.



FNs deklaration om mänskliga rättigheter

www.manskligarattigheter.gov.se

Förenta Nationerna, FN, är den viktigaste globala aktören i arbetet med mänskliga rättigheter. Den allmänna förklaringen om de mänskliga rättigheterna är ett unikt internationellt dokument som fastställer att alla människor har samma värde och rättigheter. Dokumentets betydelse har ökat med åren och utgör grunden för dagens omfattande globala och regionala nätverk för att skydda människors rättigheter.

ILOs kärnkonventioner om grundläggande principer och rättigheter i arbetslivet

www.ilo.org

Internationella arbetsorganisationen (ILO) är FNs fackorgan för sysselsättnings- och arbetslivsfrågor. ILO främjar sysselsättning och bättre arbetsvillkor i hela världen, samt värnar om fackliga fri- och rättigheter. ILOs deklaration om grundläggande principer och rättigheter i arbetslivet slår fast fyra principer:

- Föreningsfrihet, organisationsrätt och erkännande av rätten till kollektiva förhandlingar.
- Avskaffande av alla former av tvångsarbete.
- Avskaffande av barnarbete (med skadligt barnarbete som första prioritet).
- Avskaffande av diskriminering i arbetslivet.

OECDs riktlinjer för multinationella företag

www.oecd.org

OECDs riktlinjer för multinationella företag (Organization for Economic Co-operation and Development), är gemensamma rekommendationer till företag från 39 medlemsregeringar. Riktlinjerna har förhandlats fram i samarbete med fackföreningarnas, arbetsgivarnas och enskilda organisationers representanter vid OECD i Paris.

OECDs riktlinjer innebär i korthet att företag bör:

- Respektera mänskliga rättigheter, bidra till en hållbar utveckling och de anställdas utbildning.
- Ge god information om verksamheten, produkter och tjänster.
- Respektera de anställdas fackliga rättigheter, samarbeta med de anställdas representanter och motarbeta barnarbete.
- Sträva efter en bättre miljö.
- Inte ge mutor, främja öppenhet och de anställdas medvetenhet om företagets policy.
- Informera konsumenter om företagets produkter och etablera rutiner för att lösa konsumenttvister.
- Sträva efter att överföra teknik och kunskap till värdlandet.
- Inte samarbeta med konkurrenter så att konkurrensen hämmas.

Global Compact

www.globalcompact.org

Global Compact lanserades år 2000 av Kofi Annan, FNs förre generalsekreterare, med syfte att främja ett socialt och miljömedvetet ansvarstagande hos internationellt verkssamma företag. Global Compact är en uppmaning till företagare att gå med i ett internationellt initiativ – som ska föra samman företag med FN-organ, fackföreningar och det civila samhället för att stödja tio principer kring mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och mot korruption.

Riodeklarationen om miljö och utveckling

www.unep.org

Riodeklarationen innehåller 27 principer som ska fungera som vägledning för miljö- och utvecklingsarbete. Deklarationen antogs 1992 vid Förenta Nationernas konferens i Rio om miljö och utveckling. Målet är att skapa en hållbar utveckling. En viktig del är "försiktighetsprincipen" som innebär att bara misstanken om att en verksamhet kan skada miljön ska leda till någon form av miljöåtgärd.

FNs konvention mot korruption

www.unodc.org/unodc/corruption.html

En global konvention mot korruption som förhandlats fram inom FN. Konventionen trädde i kraft 2005 och antogs året därpå av 140 stater.

SOCIALT ANSVARSTAGANDE – KAN ÖKA DIN KONKURRENSKRAFT

Att arbeta systematiskt med socialt ansvarstagande kan ge ett antal fördelar och därmed bidra till värdeskapande i företaget. Ett ökat socialt engagemang behöver inte betyda att dina varor blir dyrare. Du kan tvärt emot spara pengar eftersom ett bra CSR-arbete kan bidra till en effektivare produktion och bättre arbetsförhållanden.

Allt fler företag upptäcker att det finns många affärsmässiga fördelar med att ta ett aktivt socialt ansvar:

- Ökad konkurrenskraft, genom ett nära samarbete och goda kunskaper om dina leverantörer.
- Bättre förutsättningar att stärka ditt företags varumärke.
- Bättre koll på kundernas attityd till ditt företag.
- Bättre kontroll över riskerna, såväl finansiella som miljömässiga.
- Ökad möjlighet att attrahera, motivera och behålla medarbetare.
- Bättre kontroll på leverantörskedjan. Genom ökad effektivitet kan ditt företag spara pengar.



Jobbar ditt företag med frågor kring etiskt och socialt ansvar?
Idag ökar kraven på att företag ska respektera mänskliga rättigheter, grundläggande arbetsrättsprinciper och miljöstandarder.

TianLun International Hotel



天伦万怡大酒店



SÅ KAN DU ARBETA MED CSR-FRÅGOR

Det spelar ingen roll vilken typ av verksamhet du har. Om du köper in eller säljer varor som tillverkats i något utvecklingsland behöver du förr eller senare ta ställning till CSR-problematiken.

Börja med att utgå från ditt företags resurser och förutsättningar och fundera över vad just ditt företag har möjlighet att påverka. En åtgärd som att be att få besöka fabriken där varorna produceras innan du skriver kontrakt kan göra stor skillnad.

Alla verksamheter som köper in eller säljer varor som tillverkas i ett utvecklingsland berörs av CSR-problematiken.

Gör en riskanalys

Börja med att titta över ditt sortiment och gör en riskanalys. Gör också en inventering över vilka resurser som ditt företag har till förfogande i CSR-arbetet och vad ni har möjlighet att fokusera på just nu. Välj ut ett par områden/frågor och koncentrera er på dem först. Som företag bör du dock alltid känna till var dina produkter tillverkas.

Vilka länder köper du ifrån idag?

Finns det några länder som anses vara mer högriskländer än andra? Handlar du exempelvis med Tyskland eller Kina? Börja med att koncentrera dig på ett eller ett par länder.

Gå igenom ditt produktsortiment

Som företagare är det viktigt att ”tänka igenom” sina produkter. Fundera över vilka olika led som krävs för att ta fram produkterna. Kan det finnas risk för barnarbete eller stor miljöpåverkan under tillverkningen?

Hur ser ditt leverantörsnätverk ut?

Köper du från många leverantörer eller har du ett par huvudleverantörer? Gå igenom dina leverantörer och rangordna dem efter hur betydande de är för ditt företag. Utöver ovan nämnda kriterier bör du fokusera på antingen de med störst volym, högst försäljningsvärde eller de som tillverkar produkter efter din egen design eller varumärke.

Samarbeta

Samarbeta med andra företag inom branschen. Eller försök hitta en organisation som väl känner till förhållandena i respektive land. Tips på samarbetsorganisationer hittar du på sidan 16 och framåt i denna broschyr.

Ställ frågor om hur dina produkter tillverkas

Detaljister, grossister och importörer – alla kan ställa frågor. Ställ öppna frågor som leverantören/tillverkaren inte kan besvara med ett ja eller nej, exempelvis: hur tillverkas produkterna? hur säkerställs att barnarbete eller farliga kemikalier inte förekommer?

Om det är möjligt, besök dina fabriker och titta på produktionen. Fråga om underleverantörer. Försök se om alla moment genomförs på fabriken. Tänk på att det finns en risk att vissa moment läggs ut på andra aktörer och att produkterna sedan förpackas i den stora ”fina” fabriken.

Ta ställning

Börja med att besvara frågan: vad tycker jag och mitt företag är okej? Framförallt, sätt en lägsta nivå: vad är inte okej?

- Det här vill jag ta ansvar för.
- Det här vill jag börja med.
- Ha en idé och ett mål för vart du vill komma och vad du vill åstadkomma.
- Sätt upp långtidsplaner och försök uppnå olika delmål.
- Stå för det du gör. På så sätt vinner du respekt från omgivningen.
- Var realistisk och lova inte för mycket.

Ha tålamod! Förändringsarbete tar tid. Du behöver inte göra allt rätt från början. Det viktiga är att ditt företag har viljan och försöker göra något.

UPPFÖRANDEKODER SOM VERKTYG

Uppförandekoder (skriftliga regler för ett företags verksamhet) är det vanligaste verktyget i arbetet med etisk handel. Uppförandekoden antas av företaget och är ett frivilligt åtagande. Förutsättningen för ett framgångsrikt arbete är att uppförandekoden implementeras i hela företaget. Lika viktigt är att alla anställda inom företaget är väl insatta i hur företaget ska arbeta med CSR-frågor. På längre sikt handlar arbetet om att införa etiska ställningstaganden som en naturlig del i företagets affärsprocess. Det är dessutom viktigt att eftersträva öppenhet som tål insyn från utomstående.



Verktyg för etikfrågor

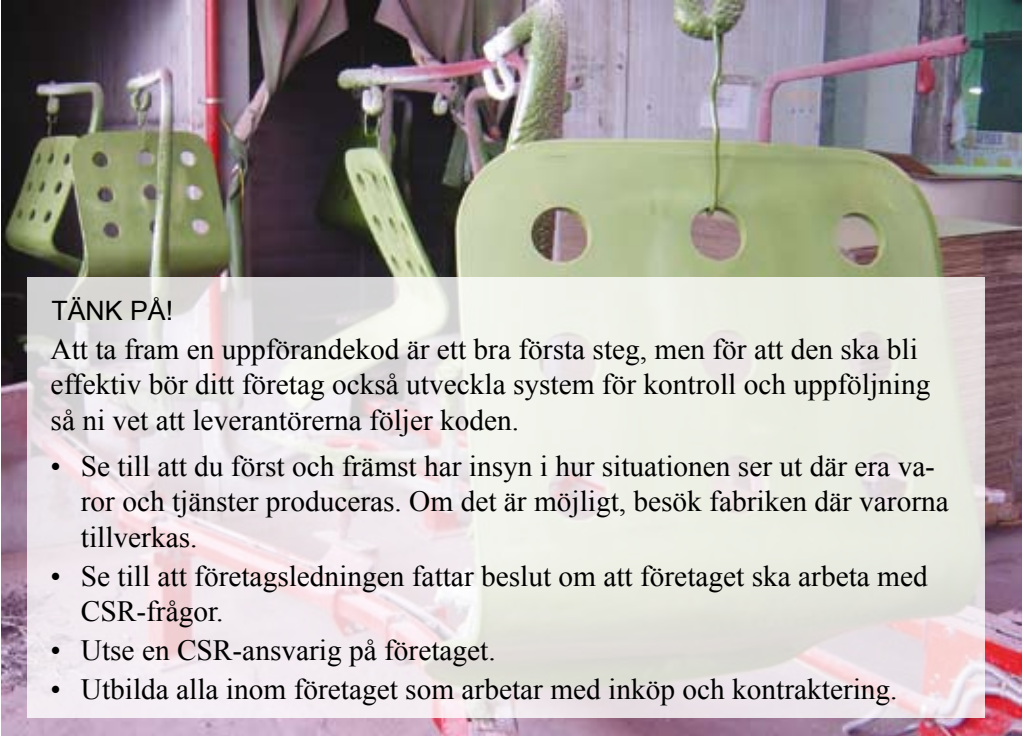
Börja med att göra en nulägesanalys, det vill säga en kartläggning och genomgång av företagets förhållande till det sociala ansvaret och samhället i stort. Syftet är att identifiera vilka aspekter av socialt ansvarstagande som utmärker ditt företags verksamhet, produkter och tjänster:

- **Stöd från högsta ledningen**
Hur ledningen ställer sig till att arbeta med socialt ansvarstagande är avgörande för om arbetet blir framgångsrikt eller inte. Företagets ledning måste engageras i frågorna och ge sitt godkännande i ett tidigt skede.
- **Identifiera ansvarsfrågorna som berör företaget**
Ta ställning till vad ett socialt ansvarstagande innebär för ditt företag. Gå igenom de lagar och krav som ditt företag berörs av.
- **Utvärdera hur det ser ut idag**
Beskriv de områden som identifieras som ditt företags sociala ansvar och se över riskområden.
- **Identifiera ditt företags intressentgrupper**
Ta reda på intressenternas synpunkter och förväntningar på ditt företag.
- **Transparens, mätbarhet och extern rapportering**
Utveckla och etablera interna och externa strategier för information om företagets CSR-policy. Se även över annan information som kan vara av intresse för utomstående.

En uppförandekod bör utgå från FNs konvention om mänskliga rättigheter och ILOs kärnkonventioner:

- Rätten till fackföreningsfrihet.
- Förbud mot barnarbete och tvångsarbete.
- Förbud mot diskriminering.
- Försäkran om reglerad arbetstid.
- Riktiga anställningar.
- Försäkran om att en säker arbetsmiljö garanteras.
- Garanti om korrekta löner.

Uppförandekoden bör omfatta både inköpande företag, leverantörer och om möjligt även underleverantörer.



TÄNK PÅ!

Att ta fram en uppförandekod är ett bra första steg, men för att den ska bli effektiv bör ditt företag också utveckla system för kontroll och uppföljning så ni vet att leverantörerna följer koden.

- Se till att du först och främst har insyn i hur situationen ser ut där era varor och tjänster produceras. Om det är möjligt, besök fabriken där varorna tillverkas.
- Se till att företagsledningen fattar beslut om att företaget ska arbeta med CSR-frågor.
- Utse en CSR-ansvarig på företaget.
- Utbilda alla inom företaget som arbetar med inköp och kontraktering.

Informera leverantörer och underleverantörer

- Informera leverantörerna om uppförandekoden i ett tidigt skede.
- Se till att leverantörerna förbinder sig att följa koden, och i sin tur informera underleverantörer.
- Ge stöd och kunskap till leverantörerna utifrån företagets egna resurser.

Implementering av uppförandekoder hos dina leverantörer

I vissa fall kan leverantörerna behöva vidta åtgärder för att följa er uppförandekod. Det handlar exempelvis om att:

- Löner kan behöva justeras för att i första hand motsvara landets minimilöner.
- Nya fläktar eller toaletter kan behöva installeras för att undvika njur-, lung- och ögonsjukdomar.
- Leveranstider och orderläggning kan behöva ses över så att alla arbetare får en ledig dag i veckan.

Situationen skiljer sig åt beroende på bransch och region.

Kontrollera att uppförandekoden följs

Som företag är det viktigt att kontrollera att dina leverantörer följer uppförandekoden. Ditt företag kan antingen genomföra kontrollen själv eller anlita en extern konsult/revisionsfirma. Konsument- och intresseorganisationer ser gärna att företag låter en oberoende part genomföra kontrollen för bästa möjliga transparens. Kontrollerna bör om möjligt också vara oannonserade och innehålla de anställdas syn på situationen på arbetsplatsen.

På www.csrkompasset.dk finns en checklista som används vid inspektion av tillverkningsförhållanden, framtagen av Danska CSR-kompasset.

Alla ska känna till uppförandekoden

Det allra bästa är förstås om arbetarna själva kan sluta avtal med arbetsgivaren, något som tyvärr ofta är omöjligt. Det är vanligt att arbetarna förtrycks och ofta är de inte ens medvetna om sina rättigheter. Det är därför viktigt att arbetarna får kunskap om uppförandekoden som deras arbetsgivare har skrivit under. Om möjligt bör uppförandekoden vara översatt till det lokala språket och finnas uppsatt på en väl synlig plats på arbetsplatsen. Det kan vara svårt för ett utländskt företag eller en utländsk köpare att ta på sig rollen att utbilda fabriksanställda om deras rättigheter. Här spelar däremot enskilda organisationer och fackföreningar på plats en viktig roll.

Brott mot mänskliga rättigheter vanligt i utvecklingsländer

Det kan vara bra att känna till vilka risker du som företagare kan stöta på om du gör affärer med företag i utvecklingsländer.

Vanliga risker:

- Brist på efterlevnad av mänskliga rättigheter, trots bra lagstiftning.
- Anställda känner inte till sina rättigheter.
- Brist på demokrati.
- Brist på fackliga rättigheter och en bra fungerande fackföreningsrörelse.
- Bristande miljöhänsyn.
- Korruption.

Vanliga kränkningar:

- Barnarbete.
- Orimliga arbetstider.
- Organisationsförbud.
- Diskriminering och trakasserier.
- Tvångsförflyttning.
- Tvångsarbete.
- Oskäliga löner.
- Farliga och smutsiga fabriker.
- Begränsad yttrandefrihet.

SÅ UNDVIKER DITT FÖRETAG ATT BRYTA MOT MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Amnesty Business Groups rekommendationer till företag:

Upprätta en policy för mänskliga rättigheter (uppförandekod)

- Fatta ledningsbeslut om att kränkningar av mänskliga rättigheter inte ska förekomma i verksamheten.
- Kommunicera policyn såväl internt som externt.
- Se till att policyn innehåller en hänvisning, exempelvis till FNs förklaring om de mänskliga rättigheterna.

Gör en riskanalys

- Analysera konsekvenserna av företagets verksamhet. Vilka risker finns att företaget kränker mänskliga rättigheter?
- Inkludera risken för vanliga kränkningar i branschen, landet och projektet/verksamheten.
- Identifiera åtgärder som minskar risken för kränkningar.

Sprid kunskap

- Utbilda personalen så att de förstår och kan använda policyn.
- Informera leverantörer, kunder och samarbetspartners om företagets policy.

Ledningssystem

- Systematisera tillämpningen av företagets policy för mänskliga rättigheter.
- Identifiera mål och mätmetoder.
- Skapa en rutin för vad som ska göras om missförhållanden rapporteras.

Var öppen

- Var öppen med mål, resultat och risker.
- Redovisa arbetet i årsredovisningen.
- Låt redovisningen av företagets arbete granskas av oberoende part.

MILJÖN – EN VIKTIG DEL I CSR-ARBETET

CSR handlar inte bara om bra arbetsvillkor utan lika mycket om god arbetsmiljö och en så liten påverkan på miljön som möjligt. Miljöfrågorna är komplexa men det finns vissa lagar och regler som måste vara uppfyllda för att du ska kunna sälja dina varor på den svenska marknaden. En sammanställning av de viktigaste miljökraven finns i Handelns Miljöhandbok, som kan laddas ned på medlemssidorna på www.svenskhandel.se.

Ett första steg i ditt miljöarbete kan vara att identifiera de varor där farliga kemikalier kan ha använts i produktionen. Här är det viktigt att ta fram en miljöpolicy som utgår från ditt företags verksamhet.

Det finns olika sätt att börja arbeta med miljöfrågorna:

- Att införa ett miljöledningssystem ger företaget en möjlighet att systematiskt följa upp och få kontroll över de miljökrav som måste vara uppfyllda. Det finns flera olika system, bland annat ISO 14001 eller EMAS.
- Miljömärkning av varor är ett annat sätt att vägleda konsumenter och inköpare i deras önskan att handla miljömedvetet. De viktigaste märkena är Svanen, EU-blomman och Bra miljöval. För ekologiska produkter finns KRAV-märket.

NÄRINGSKLIVET HAR ANSVAR FÖR KEMIKALIER PÅ MARKNADEN

Nya regler, REACH, började gälla i EU från och med den 1 juni 2007. De nya reglerna införs stegvis. Som importör eller detaljist bör du förbereda dig redan nu för de nya reglerna genom att:

- Testa de nya reglerna mot ditt produktsortiment.
- Inventera kemikalierna per vara och leverantör.
- Kontakta leverantörerna.
- Fundera på om mindre farliga kemikalier kan användas.

Mer information om Reach finns på www.kemi.se.

FÖR DIG SOM VILL VETA MER

Företagsnätverk för CSR-frågor i Sverige och Norden

Som företagare kan du behöva få råd, bolla idéer och utbyta erfarenheter med andra företag om CSR-frågor. I Sverige finns ett antal nätverk som företagare kan ansluta sig till, här är några:

Globalt Ansvar

www.ud.se/ga

Är ett initiativ från Sveriges Regering för att främja svenska företags arbete för mänskliga rättigheter, grundläggande arbetsvillkor, bekämpande av korruption och en bättre miljö.

Amnesty Business Group

www2.amnesty.se/businessgroup.nsf

Verkar för att påverka och utbilda svenska företag att ta sitt ansvar för att respektera, försvara och främja mänskliga rättigheter.

Näringslivets Miljöchefer

www.nmc.a.se/

Är en ideell förening för företag och andra organisationer som vill förbättra sitt miljöarbete.

Global Compacts Nordiska Nätverk

Är ett nätverket inom FNs Global Compact, som består av representanter från Sverige, Norge, Finland, Danmark och Island.

Social Venture Network – Sweden

www.svnsweden.com

Är ett internationellt nätverk av företag och organisationer som är intresserade av etik, miljö och socialt ansvar för företag.

Rädda Barnen – Företag

www.rb.se/sv/foretag

Som en av världens ledande experter på barns rättigheter kan Rädda Barnen vara en partner i ditt företags CSR-arbete.

CSR Sweden

www.csrsweden.se

Är ett företagsdrivet nätverk som fokuserar på företagens ansvar och engagemang i samhället.

International Chamber of Commerce, Sverige – Business in society

www.icc.se

ICC är en av 90 nationalkommittéer inom Internationella Handelskammaren. ICCs syfte är att främja ekonomisk frihet, fri handel och fri konkurrens.

Initiativ för etisk handel, Norge

www.etiskhandel.no

IEH arbetar för att norska företag ska importera varor som produceras försvarbart och överensstämmer med deras etiska riktlinjer.



EUROPEISKT FÖRETAGSINITIATIV

Business Social Compliance Initiative, BSCI, är ett europeiskt nätverk där bland annat ICA, Lindex, Kapp Ahl, JC, Polarn & Pyret och Nilson Grop ingår. BSCI samarbetar med ett 80-tal europeiska detaljister och importörer. BSCI:s syfte är att skapa gemensamma kriterier och ordning för sociala revisioner på fabriksnivå. Revisionen omfattar frågor om arbetsförhållanden (löner, ung arbetskraft, arbetstider, kontrakt, diskriminering, säkerhet, hälsa, sjukvård med mera). Om leverantören inte uppfyller alla kriterier vid revisionen upprättas en handlingsplan som stäms av inom tolv månader. Därefter sker revisionen vart tredje år. Resultatet av revisionen finns tillgänglig i en databas för BSCIs medlemmar. Fördelen med systemet är att leverantörerna inte behöver genomgå och bekosta flera olika revisioner eftersom nätverkets medlemmar ställer samma krav.

BSCIs syfte är att:

- Förbättra sociala förhållanden hos leverantörsföretag.
- Samordna sociala standarder.
- Erbjuder ett gemensamt och förutsägbart uppföljningssystem.
- Minska kostnaderna för kunder och leverantörer avseende kontroll och uppföljning av sociala frågor.
- Skapa nätverk för erfarenhetsutbyte.

Läs mer på www.bsci-eu.org.

”BÄTTRE RESULTAT GENOM SAMARBETE”

Här berättar Lindex, ett av Svensk Handels medlemsföretag, om samarbetet med BSCI.

Vad betyder samarbetet med BSCI för Lindex?

– BSCI är ett bra redskap i vårt CSR-arbete. Som medlem i BSCI har Lindex tillgång till nätverkets verktyg. BSCIs kod möjliggör ett systematiskt och standardiserat sätt att inspektera och utvärdera fabrikers kodstatus. Alla BSCIs medlemmar delar inspektionsresultaten i en gemensam databas. På så sätt får både Lindex och övriga medlemmar samt fabriker Lindex använder mer tid och resurser till att förbättra situationen i fabriken istället för att göra tidskrävande och kostsamma inspektioner. En inspektion är trots allt bara en ögonblicksbild av hur situationen ser ut i den aktuella fabriken. För att nå en långsiktig och hållbar situation för de anställda är arbetet mellan inspektions-tillfällena viktigast, och det är där vi vill och måste satsa våra resurser.

– Medlemmarna i BSCI har startat ett eget nätverk där alla svenska medlemmar är välkomna att delta. Vi träffas för att utbyta erfarenheter, driva kodarbetet framåt och arbeta tillsammans för att göra svenska intressen hörda i det större medlemsforumet i Bryssel samt i arbetsgrupperna.

Läs mer om hur Lindex jobbar med CSR-frågor på sidan 24 i denna broschyr.

INTERNATIONELLA FLERPARTSINITIATIV

Det finns idag flera olika icke-statliga organisationer (NGOs) som arbetar för att förbättra villkoren för arbetare i utvecklingsländer. Här är några som ditt företag kan ansluta sig till:

Ethical Trading Initiative

www.ethicaltrade.org

Arbetar för att förbättra uppföljningen av företags arbete med uppförandekoder i leverantörsleden. ETI är en sammanslutning av företag, frivilligorganisationer och fackföreningar, med bas i Storbritannien.

CCC- Clean Clothes Campaign

www.cleanclothes.org

Clean Clothes Campaign är ett internationellt nätverk av solidaritets-, kvinno-, ungdoms- och fackliga organisationer, med huvudkontor i Amsterdam. De arbetar för att förbättra arbetsvillkoren och stärka inflytandet för arbetare inom den globala kläd- och sportskoindustrin.

Fair Labour Association, FLA

www.fairlabour.org

Jobbar med att främja efterlevnaden av arbetsrättslagar, genom att komplettera internationella och nationella ansträngningar. FLA representerar en flerparsammansättning av företag, universitet och intresseorganisationer och har sitt säte i USA.

Fair Wear Foundation

<http://en.fairwear.nl>

Fair Wear Foundation är en holländsk organisation som arbetar för mänskliga förhållanden i textilindustrin. Fair Wear Foundation är ett initiativ av branschorganisationer inom textilsektorn, fackföreningar och frivilligorganisationer.

Social Accountability International – SA 8000

www.sa-intl.org

Är en internationell icke-vinstdrivande människorättsorganisation som fokuserar på att arbetare runt om i världen ska behandlas värdigt. SAI sociala standard – SA 8000 – fungerar som ett effektivt och påskyndande system för förbättring och social efterlevnad för företag och deras leverantörskedjor.



KONSUMENT OCH INTRESSEORGANISATIONER (NGOS) I SVERIGE

Fair Trade Center

www.fairtradecenter.se

Är en ideell förening som vill visa konsumenterna att de genom det de köper kan påverka och förbättra förhållandena i länderna där varorna produceras.

Rättvisemärkt Sverige

www.rattvisemarkt.se

Rättvisemärkt är en etisk och social märkning med fokus på mänskliga rättigheter. De vill bidra till en rättvisare världshandel och ett globalt hållbart samhälle genom att förbättra de sociala, demokratiska och ekonomiska villkoren för producenter i fattiga delar av världen.

Rena Kläder

www.renaklader.se

Ingår i det internationella nätverket Clean Clothes Campaign som vill förbättra villkoren för de som syr kläder och skor. Rena Kläders viktigaste krav är att arbetstagare ska ha rätt att gå samman i fackföreningar.

SwedWatch

www.swedwatch.org

Granskar svenskrelaterade företags sociala och miljömässiga agerande i utvecklingsländer. SwedWatchs syfte är att bidra till att svenskrelaterade företag tar hänsyn till människor och miljö i sin verksamhet i utvecklingsländer.

BLANDADE TIPS

Regeringens hemsida om mänskliga rättigheter

www.manskligarattigheter.gov.se

EU Kommissionens hemsida om CSR

http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/index.htm

CSR-kompasset

www.csrkompasset.dk

Hemsida riktad mot företag som är intresserade av att arbeta med uppförandekoder.

Business and Human Rights Resource Centers

www.business-humanrights.org

Här hittar du den största informationsbanken om företag och mänskliga rättigheter.

The Business Anti-Corruption Portal

<http://www.business-anti-corruption.com/Home.asp>

En portal för att stödja små- och medelstora företag med information om hur korrup-
tion i affärslivet kan undvikas och motarbetas.

The Danish Institute for Human Rights (DIHR)

www.humanrights.dk

Hemsidan innehåller information, forskning och rapporter rörande mänskliga rättighe-
ter på en nordisk, europeisk och internationell nivå.

Business for Social Responsibility

www.bsr.org

BSR är en icke vinstdrivande förening med 250 medlemsföretag. Fokus är att erbjuda
företagslösningar som uppfyller ett etiskt och socialt ansvarstagande.

BLIHR – Business Leaders Initiative on Human Rights

www.blihr.org

Organisationen som arbetar med företag, regeringar och civila samhället med fokus på
frågor som rör hur företag kan bidra till en hållbar utveckling.

The International Business Leaders Forum

www.iblf.org

Företagsinitiativ med fokus på företag och mänskliga rättigheter.

CSRwire

<http://www.csrwire.com/>

Sammanställer nyheter och rapporter om CSR.

CSR Search

<http://www.csrsearch.com/>

Sammanställer nyheter, rapporter och olika information rörande CSR.

Eldis

www.eldis.org

Nyheter om den senaste forskningen på området. Eldis är ett resurscenter som finan-
sieras av bland andra Sida och Norad.

SÅ ARBETAR LINDEX MED SOCIALT ANSVAR – CSR

"CSR HANDLAR OM HELHETSTÄNK"

Lindex är ett av Svensk Handels stora medlemsföretag med mångårig erfarenhet av arbete med CSR-frågor. Svensk Handel har pratat med Sara Winroth som arbetar med CSR-frågor på Lindex huvudkontor i Göteborg.

Vad innebär ett etiskt och socialt ansvarstagande för Lindex?

– Att inom ramen för verksamheten agera som ett ansvarstagande företag. Genom ett långsiktigt CSR-arbete värnar vi om mänskliga rättigheter, goda arbetsförhållanden, god affärsetik och en hållbar miljö.

Hur började Lindex arbeta med CSR-frågor?

– Arbetet började innan CSR-begreppet blev vedertaget. Redan på 90-talet införde Lindex ett förbud mot barnarbete. Viljan att arbeta aktivt har alltid funnits i bolagets ledning och det initiala arbetet har drivits både internt och med konsult hjälp. Det mer systematiska miljö- och kodarbetet utvecklades under mitten av 90-talet. Samtidigt öppnade Lindex egna produktionskontor runt om i världen och vi började jobba direkt med leverantörerna, helt utan mellanhänder.

Var låg fokus i början?

– Lindex byggde upp sitt miljöarbete enligt principerna i miljöledningsstandarden ISO 14001. Vi valde dock att inte certifiera Lindex. Vår egen uppförandekod togs fram med tillhörande arbetssätt och uppföljningsverktyg. Lindex har byggt upp en internorganisation för att implementera och driva arbetet. Fokus var i början miljö och kodarbete. Hanteringen av personalfrågor har alltid drivits av personalavdelningen. Etikpolicy- och riktlinjer har utvecklats efterhand.

Berätta mer om hur er CSR-grupp arbetar.

– Vårt CSR-arbete styrs av en ledningsgrupp där bland andra VD, inköpschef, inköpsutvecklingschef, kodsamordnare samt ansvarig för miljöarbetet ingår. Ledningsgruppen för CSR-frågor har övergripande ansvar för att driva CSR-arbetet på Lindex; definiera mål, ta fram handlingsplaner, utvärdera och kontinuerligt följa upp hur arbetet fortskri-



Sara Winroth berättar om Lindex långsiktiga CSR-arbete.

der. Det operativa ansvaret och arbetet att driva CSR-arbetet i praktiken ingår som en del av det dagliga arbetet för ansvariga chefer och medarbetare ute i Lindex organisation.

Har kundernas intresse för CSR-frågor ökat?

– Generellt märker vi att intresset för etiska och sociala frågor har ökat i samhällsdebatten. Och givetvis har även intresset bland våra kunder ökat. De kunder som hör av sig till oss idag är mer insatta i frågan och ställer mer konkreta frågor som de vill ha svar på.

Vilka är de vanligaste frågorna era kunder ställer?

– Från att tidigare ha frågat OM vi arbetar med CSR så handlar nu frågorna mer konkret om VAD och HUR. Vi svarar ofta på vad vår kod grundar sig på, hur vi konkret arbetar och vad vi faktiskt uppnår – och vill uppnå. Vi får även specifika frågor om lön, övertid, rätt att organisera sig/fackföreningsfrihet, förbud mot barnarbete med mera.

Vilka svårigheter kan CSR-arbete innebära?

– Att jobba med CSR-frågor är ett långsiktigt arbete som kräver stort tålamod för att uppnå förbättringar. När resultatet dröjer är det lätt att bli otålig och bara se till kostnaderna. CSR är fortfarande till stor del ett relativt nytt och brett begrepp. Det finns få färdiga mallar att jobba med och vi arbetar kontinuerligt med att bygga upp och förbättra arbetssätt, system och utveckla fungerande metoder som passar vårt företag och de leverantörer som omfattas av vårt CSR-arbete.

Vad är viktigast i Lindex CSR-arbete?

– För oss handlar CSR idag till stor del om helhetstänk. Exempelvis att få kodarbetet att gå hand i hand med ”affären”. Vi talar om hållbarhet som helhet och inte i enskilda processer. ”Vattenfrågan” är ett exempel på hur viktigt det är att arbeta utifrån ett helhetsperspektiv, hellre än att koncentrera arbetet på enskilda områden där kod, miljö, etik och kemikalier exempelvis är uppdelade var för sig.

Vilka CSR-frågor är prioriterade hos Lindex?

– Alla områden som ingår i vårt CSR-arbete är prioriterade. Generellt arbetar vi med att bli bättre på att kommunicera vårt CSR-arbete.

Ge några tips till företag som vill börja jobba med CSR-frågor.

– Tänk igenom varför du vill arbeta med frågan. Definiera också vision och vad du vill uppnå. Vilka resurser är ni beredda att avsätta? (tid, personal, pengar). Hur vill ni styra arbetet? (vilka ska vara inblandade, hur ska arbetet drivas och hur ska arbetet mätas och kommuniceras).

SÅ ARBETAR SVENSK HANDEL MED CSR-FRÅGOR

Som handelns intresseorganisation är Svensk Handel angelägen om att följa och upprätthålla en god kunskap om utvecklingen inom CSR-området. Vi stödjer dig som är medlem. Vänd dig till oss för kunskap eller råd om hur du kan hantera frågor kring etik och socialt ansvarstagande.

Svensk Handel:

- Fungerar som stöd till medlemsföretagen. Vänd dig till oss för kunskap i ämnet eller råd om etik och socialt ansvarstagande.
- Förmedlar information om den flora av initiativ, standarder och certifieringar som finns och växer fram inom CSR-området, bland annat via seminarier och workshops.
- Skapar dialog med myndigheter och organisationer för att bilda opinion och förståelse för frågorna.
- Motverkar krångliga regelverk och handelshinder och vill se öppna marknader med klara och tydliga regler.

Kontakta gärna vår CSR-expert Ann Christiansson på ann.christiansson@svenskhandel.se eller 08-762 77 00.



