

Komunikat Komisji Europejskiej na temat CSR

Analiza tematyczne FOB dla Programu Partnerstwa jest to cyklicznie wydawany dokument, przygotowywany przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu i udostępniany uczestnikom Programu Partnerstwa, w celu dostarczenia wiedzy na temat najważniejszych, bieżących trendów CSR. Celem Analizy jest dostarczenie podstawowych informacji na wybrany temat w zwięzłej i przystępnej formie oraz przedstawienie różnych punktów widzenia, które pojawiają się w dyskursie publicznym.

Analiza wskazuje również, dlaczego dany temat może być istotny dla przedsiębiorstw oraz na jakie aspekty powinny one zwrócić uwagę w kontekście realizacji ich strategii CSR. Analizy ukazywać się będą 4 razy w roku.

Nowy komunikat Komisji Europejskiej dot. CSR i jego znaczenie dla przedsiębiorstw

25 października 2011 roku Komisja Europejska przedstawiła komunikat „**Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw**” (COM (2011) 681). Dokument zawiera istotne dla europejskiego sektora prywatnego informacje na temat bieżących kierunków polityki EU w zakresie CSR. Komunikat, wbrew oczekiwaniom, nie definiuje nowych mechanizmów regulacyjnych, a jedynie sygnalizuje kierunek dalszych prac Komisji nad promowaniem CSR w Europie, konkretyzuje jej oczekiwania wobec przedsiębiorstw działających na terenie UE oraz definiuje w jaki sposób komisja rozumie społeczną odpowiedzialność. Jak zaznaczono w stanowisku Rządu RP „**komunikat nie powoduje bezpośrednich skutków prawnych. Należy jednak zaznaczyć, iż niektóre proponowane w nim inicjatywy mogą powodować ewentualne zmiany legislacyjne w przyszłości**”. Nowa strategia stanowi kontynuację działań Komisji podjętych w 2001 (publikacja zielonej księgi, COM (2001) 366) i 2006 roku (komunikat o nowym kierunku polityki CSR, COM (2006) 136). Nowa strategia CSR jest uzupełnieniem strategii **Europa 2020** w odniesieniu do społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Wskazane w niej kierunki działań mają pomóc w realizacji strategii oraz przywrócić zaufanie do biznesu, nadszarpnięte w czasach kryzysu gospodarczego. Komisja w komunikacie apeluje

do przedsiębiorców, aby przyjęli bardziej odpowiedzialną postawę, dążąc do przejrzystości w całym łańcuchu dostaw, przestrzegania praw człowieka i odpowiadania za swój wpływ na otoczenie.

Szczególny nacisk kładziony jest na **przedsiębiorstwa duże**, zwłaszcza zatrudniające powyżej 1000 pracowników. Komisja rozumie odrębność specyfiki małych i średnich przedsiębiorstw, zaznaczając iż „dla większości małych i średnich przedsiębiorstw, w szczególności mikroprzedsiębiorstw, mechanizm CSR prawdopodobnie pozostanie nieformalny i intuicyjny”. Duże przedsiębiorstwa zachęcane są natomiast do wdrażania zasad CSR w swojej działalności w oparciu o wskazane standardy.

Nowa definicja

Definicja CSR w nowym komunikacie Komisji to najbardziej rewolucyjna zmiana w stosunku do roku 2006 (wówczas CSR określany był jako zobowiązania **dobrowolne**, wykraczające poza wymogi prawne). Nowa definicja określa CSR jako „**odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo**”. Dalej Komisja precyzuje, iż warunkiem wstępnym do przyjęcia zasad CSR jest poszanowanie obowiązującego prawa, zaś odpowiadanie za wpływ (środowiskowy, społeczny) ma na celu maksymalizację wartości dla interesariuszy oraz minimalizację negatywnych skutków oddziaływania.



Istotne kwestie poruszone w Komunikacie

Raportowanie

Komisja nie postuluje jednoznacznie planów wprowadzenia obowiązku raportowania społecznego (ujawniania informacji niefinansowych, tj. społecznych i środowiskowych), informuje jednak, iż przedstawi wniosek w tej sprawie i rozpocznie dyskusję nad taką możliwością w przyszłości (na tym etapie trwa ocena potencjalnych skutków wprowadzenia takiego obowiązku). Obecnie zachęca przedsiębiorstwa do raportowania według uznanych standardów (w tym GRI), zwracając szczególną uwagę na możliwość raportowania zintegrowanego.

Standardy

Komisja wskazuje, które z międzynarodowych standardów powinny stać się podstawą społecznie odpowiedzialnego

zarządzania i zachęca europejskie przedsiębiorstwa do ich stosowania. Są to:

- » Wytyczne OECD dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych
- » Norma ISO 26 000
- » Zasady inicjatywy ONZ Global Compact

Komisja informuje, iż trwa proces monitoringu tych przedsiębiorstw (z grupy firm zatrudniających powyżej 1000 pracowników), które zobowiązały się przestrzegać wymienionych standardów.

Komisja zachęca, aby wszystkie duże przedsiębiorstwa europejskie zobowiązały się do 2014 r. do przestrzegania min. jednego ze wskazanych standardów.

Prawa człowieka

Komisja szczególnie uwagę poświęca kwestii przestrzegania przez przedsiębiorstwa praw człowieka i norm pracy, w tym monitorowania tej kwestii w łańcuchach dostaw. Jako istotne z punktu widzenia realizacji strategii, Komisja uznaje dążenie do wdrażania wytycznych ONZ w zakresie praw człowieka (Zasady Przewodnie dla biznesu i praw człowieka, 2011), w szczególności w odniesieniu do pracy dzieci, przymusowej pracy więźniów, handlu ludźmi, równości kobiet i mężczyzn, niedyskryminacji, wolności zrzeszania się i prawa do rokowań zbiorowych. Komisja oczekuje, iż wszystkie przedsiębiorstwa europejskie będą przestrzegać praw człowieka i wzywa państwa członkowskie do opracowania krajowych planów wdrażania wytycznych ONZ do końca 2012 r.

Inwestycje

Komisja informuje, iż rozważy wprowadzenie obowiązku informowania klientów o stosowanych kryteriach ESG (Environmental, Social, Governance) przez wszystkie fundusze i instytucje finansowe.

Walka z green-washingiem

Mając na uwadze przywracanie zaufania społecznego wobec przedsiębiorstw, Komisja zwraca uwagę na nieuczciwą reklamę podającą nieprawdziwe informacje nt. walorów ekologicznych produktów i usług. Komisja zapowiada otwarcie szerszej debaty na ten temat i większy monitoring przedsiębiorstw w tym zakresie.

Zamówienia publiczne

Komisja zapowiada zwiększenie wysiłków w kierunku uwzględniania w kryteriach systemu zamówień publicznych kwestii społecznych i środowiskowych, informując jednocześnie, iż nie kwestionuje zasady udzielania zamówień na podstawie kryterium oferty najkorzystniejszej ekonomicznie.

CSR w strategiach państw

Komisja wzywa wszystkie państwa członkowskie do opracowania do końca 2012 r. krajowych planów wdrażania wytycznych ONZ w kwestii praw człowieka oraz do przygotowania lub zaktualizowania do połowy 2012 r. krajowych planów na rzecz promocji CSR.

DLACZEGO KOMUNIKAT JEST WAŻNY DLA PRZEDSIĘBIORSTW STOSUJĄCYCH ZASADY CSR?

» Nowa definicja CSR nadaje nowy kierunek rozwojowi społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w Europie i wzmacnia znaczenie CSR w polityce Unii.

» Zapowiadane przez Komisję kierunki dalszych prac nad strategią CSR wskazują, iż w przyszłości kwestie poruszone w Komunikacie mogą być przedmiotem ściślejszych regulacji (w szczególności w odniesieniu do

przebiegania praw człowieka i ujawniania kwestii pozafinansowych). W interesie przedsiębiorstw jest zatem odpowiedź na zachęty Komisji do wdrażania zasad CSR, aby lepiej przygotować się do możliwych zmian legislacyjnych w przyszłości. Firmy, które już na obecnym etapie dostosowują się do nowych wymogów, mają szansę uzyskać dzięki temu przewagę konkurencyjną w długim okresie.

» Komunikat zawiera przydatne dla przedsiębiorstw definicje i dookreśla, czym, według Komisji, jest społeczna odpowiedzialność biznesu, wskazując przy tym na konkretne narzędzia wdrażania CSR (standardy, normy, wytyczne). Biorąc pod uwagę ilość norm i standardów pojawiających się w ostatnich latach jest to duże ułatwienie dla firm szukających jasnego drogowskazu odnośnie kierunku rozwoju CSR.

» Zapowiadana przez Komisję walka z green-washingiem to sygnał dla przedsiębiorstw, aby uważniej konstruowały przekaz dotyczący ich produktów i usług w kontekście walorów ekologicznych.



Mirella Panek-Owsiańska,
Prezeska Zarządu,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Z definicji CSR zniknęło słowo „działania dobrowolne”, a sam komunikat KE poświęcony społecznej odpowiedzialności biznesu ukazał się wspólnie z komunikatem poświęconym przedsiębiorczości społecznej. Unia Europejska stawia na

innowacje społeczne, widząc w nich szansę na rozwiązywanie wielu palących problemów państw członkowskich poprzez połączenie biznesowego know how z potencjałem organizacji społecznych. Innowacyjne modele biznesowe to już nie tylko technologia, czy R&D - to nowa dyskusja o roli biznesu w społeczeństwie i tworzeniu wspólnej wartości oraz próba wspólnego myślenia o zrównoważonej, inteligentnej i sprzyjającej włączeniu społecznemu przyszłości naszej części świata.



Ernst Ligteringen,
Chief Executive, Global Reporting
Initiative (GRI)

Nowa strategia to kamień milowy dla Europy. Strategia powinna pomóc przedsiębiorstwom w Europie, czyniąc raportowanie społeczne powszechną praktyką i przyczyniając się do rozwoju zrównoważonej globalnej gospodarki, w której organizacje

odpowiedzialnie zarządzają swoim wpływem i przejrzystie raportują.



Magdalena Mochoń,
Konsultant, Enterprise Risk Services,
Deloitte Advisory Sp. z o.o.

Treść nowej strategii CSR Komisji Europejskiej obrazuje nową rolę, jaką organy UE chcą pełnić w upowszechnianiu koncepcji społecznej odpowiedzialności wśród europejskich przedsiębiorców.

KE planuje posłużyć się narzędziami, których charakter wykracza poza dotychczas przyjmowane podejście - edukacyjno-promocyjną pracę u podstaw. Wyróżnianie dobrych praktyk czy propagowanie międzynarodowej i wewnątrzsektorowej wymiany doświadczeń ma zostać uzupełnione o działania, które stworzą nowe bodźce do wdrażania społecznie odpowiedzialnych inicjatyw. Poza koncentracją na kreowaniu skutecznych bodźców rynkowych, KE planuje opracowanie regulacji, które do pewnego stopnia pozbawią koncepcję CSR jej przymiotu dobrowolności. Jeśli duch nowej strategii znajdzie swoje odzwierciedlenie w postaci realnych działań, możliwe, że już wkrótce europejskie firmy będą podlegały rozporządzeniu regulującemu kwestie raportowania społecznego, a spółki zatrudniające ponad 1000 pracowników będą rozliczane ze swoich zobowiązań odnośnie przestrzegania międzynarodowych wytycznych CSR. Prowadzenie biznesu w sposób odpowiedzialny stanie się więc częściowo koniecznością, wynikającą nie tylko z chęci podnoszenia swojej konkurencyjności, ale również z obowiązku spełnienia wymogów nałożonych przez administrację, czy organizacje branżowe. Warto kibicować staraniom Komisji Europejskiej, jednocześnie będąc wobec nich krytycznymi. Zbyt silne wywieranie presji na biznes może bowiem przynieść skutek odwrotny do zamierzonego.

EuroCommerce

– organizacja zrzeszająca przedsiębiorców z sektora handlu

EuroCommerce krytykuje strategię Komisji za niewystarczające uwzględnienie aspektów ekonomicznych działalności przedsiębiorstw, wskazując przy tym na pewnie nieścisłości; zauważa np. iż zachowanie zasady najkorzystniejszej oferty pod kątem kryteriów ekonomicznych przy zamówieniach publicznych, przy jednoczesnym uwzględnianiu kryteriów społecznych i środowiskowych, nie daje przedsiębiorcom możliwości realnego konkurowania o oferty – dostosowanie do nowych wymogów spowoduje bowiem wzrost cen oferowanych produktów i usług.

Centrum für Europäische Politik (CEP)

- europejski think tank oceniający politykę gospodarczą UE oraz Forum Obywatelskiego Rozwoju (FOR)

– polski think tank ekonomiczny

CEP i FOR krytykują strategię Komisji za podejście, które w odczuciu organizacji, charakteryzuje się zbyt silnym nastawieniem na regulacje, nie uwzględniając przy tym wolności gospodarczej i zasad wolnego rynku. CEP i FOR zarzucają Komisji kierowanie się ideologią zamiast respektowania swobody wyboru przystępującej przedsiębiorstwom.

ZESTAWIENIE DOKUMENTÓW

TYTUŁ DOKUMENTU	AUTOR	LINK	OPIS
STRATEGIA KOMISJI EUROPEJSKIEJ			
A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility	Komisja Europejska	http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=7010	Nowa strategia realizacji i upowszechniania koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Znajduje się w niej nowa definicja CSR oraz strategia na lata 2011-2014. (wersja angielska)
Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw	Komisja Europejska	http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:PL:PDF	Nowa strategia realizacji i upowszechniania koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Znajduje się w niej nowa definicja CSR oraz strategia na lata 2011-2014. (wersja polska)
STANOWISKA			
Stanowisko Rządu RP w sprawie unijnej strategii na rzecz społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw	Rząd RP	http://barka.org.pl/content/stanowisko-rzadu-rp-sprawie-unijnej-strategii-rzecz-spoecznej-odpowiedzialnosci-przedsiębiorstw	„Rząd RP z satysfakcją przyjmuje opublikowany przez KE Komunikat (...), który dzięki zaproponowanym przez Komisję kierunkom działań na najbliższe lata stanowić będzie istotny impuls dla rozwoju CSR w państwach członkowskich.”
Stanowisko Global Reporting Initiative	GRI	https://www.globalreporting.org/information/news-and-press-center/Pages/Statement---GRI-welcomes-new-EU-policy-features-sustainability-disclosure.aspx	„GRI welcomes the strategy, in particular the section on disclosure of social and environmental information. This section will help more companies and organizations in the EU operate sustainably and transparently.”
Stanowisko EuroCommerce	EuroCommerce	http://www.eurocommerce.be/media/docs/CSR/ECPositionPaperCSRstrategy07.03.2012.pdf skrót: http://www.eurocommerce.be/content.aspx?Pageld=42243	“EuroCommerce supports however the Commission's goal to enhance the visibility of CSR and to promote the dissemination of good practices, for example by means of a European Award scheme or sector-specific multi-stakeholder platforms.”
Stanowisko European Community of Consumer Co-operatives	European Community of Consumer Co-operatives	http://www.eurocoop.org/dmdocuments/position/enterprise/2012_01_10_CSR_Euro_Coop_PositionPaper.pdf	“Euro Coop endorses the new Communication from the Commission on CSR and welcomes the mentioning of co-operatives as ownership and governance structures that can be especially conducive to responsible business behavior”

Stanowisko BUSINESSEUROPE	BUSINESS-EUROPE	http://www.businesseurope.eu/Content/Default.asp?PageID=568&DocID=29662	“EU policy should not interfere with companies seeking flexibility to develop an approach to CSR according to the specific needs of their stakeholders and their individual circumstances.”
Analiza Centrum für Europäische Politik	Centrum für Europäische Politik, Forum Obywatelskiego Rozwoju	http://www.for.org.pl/a/2092,Analiza-CEP-CSR-dobrowolny-przymysu	„Proponując nowelizację strategii dotyczącej CSR, Komisja kieruje się polityczną ideologią zamiast respektować swobodę wyboru przysługującą przedsiębiorcom. Z tego powodu znowelizowana strategia w sprawie CSR powinna zostać odrzucona.”

INNE OPINIE

EU's new CSR report offers realistic initiatives to promote sustainability	David Grayson	http://www.guardian.co.uk/sustainable-business/blog/eu-corporate-sustainability-report-policy	“The strategy report is an intelligent description of what corporate responsibility is; and offers a realistic set of initiatives to promote more responsible business.”
Corporate social responsibility	Eurofound	http://www.eurofound.europa.eu/areas/industrialrelations/dictionary/definitions/CORPORATE-SOCIALRESPONSIBILITY.htm	“This Communication states that to fully meet their corporate social responsibility obligations, enterprises should have in place a process to integrate social, environmental, ethical, human rights and consumer concerns into their business operations and core strategy in close collaboration with their stakeholders.”
EU strategy for CSR 2011-14	Hanna Thorsteinsdottir	https://hannavaldis.wordpress.com/	“In general I find the term CSR rather poor for describing its intended scope, and it does not have a universal definition which contributes to confusion around the topic. The Commission has simplified its definition of CSR to (...)The earlier definition was more comprehensive.”

Opracowanie analizy: Natalia Ćwik (FOB), Marcin Grzybek (FOB)

Program Partnerstwa to kompleksowy program współpracy FOB z firmami – liderami odpowiedzialnego biznesu, które poprzez swoje zaangażowanie i działania przyczyniają się do szerzenia idei odpowiedzialnego biznesu w Polsce.

Kontakt: Agnieszka Gajek, Menedżerka Programu Partnerstwa,
e-mail: agnieszka.gajek@fob.org.pl, tel. 22 627 18 71, tel. kom. 663 020 358