

ISO 26000

Kommunikasjon om samfunnsansvar og dialog med interessenter

Budsjetta Forsiden / Økonomi / Skal få flere til å ta samfunnsansvar

Skal få flere til å ta samfunnsansvar



NY STANDARD: En ny standard for samfunnsansvar ble lansert på Høvik i dag. – Det er verdens største internasjonale arbeid på samfunnsansvar. 500 eksperter fra nesten 100 organisasjoner har deltatt i tilkrevende prosesser, sa Trine Tvetter, administrerende direktor i Standard Norge på Lysaker. Det Norske Veritas på Høvik fikk ros av Næringsdepartementet for å være et foregangsbesøk når det gjelder samfunnsansvar. Fra venstre: Sven Møllekleiv, direktør for samfunnskontakt i Det Norske Veritas, administrerende direktor Trine Tvetter i Standard Norge og Stan Mattus, leder for IMOs utvalg for etikk og samfunnsansvar. FOTO: TORF GURBBY

Hva skal jeg snakke om?

- Føringer fra myndighetene og norske virksomheters kunnskap om samfunnsansvar
- Hvorfor kommunisere samfunnsansvar?
- Respekt for og involvering av interessentene
- Hvordan kommunisere samfunnsansvar?
- Samfunnsansvarlig kommunikasjon

"Det skal merkes at vi er norske"



St.meld. nr. 10

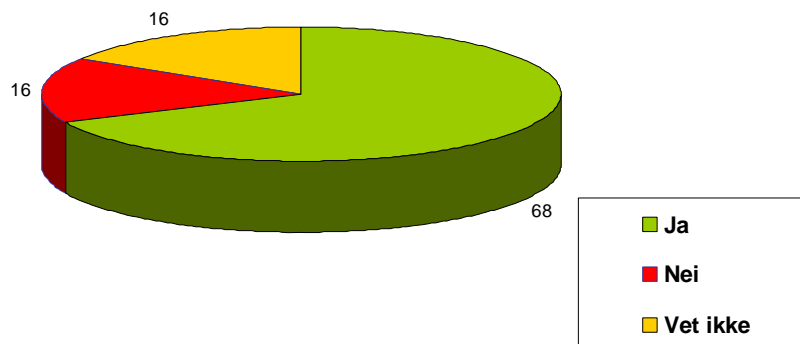
(2008–2009)

Næringslivets samfunnsansvar
i en global økonomi

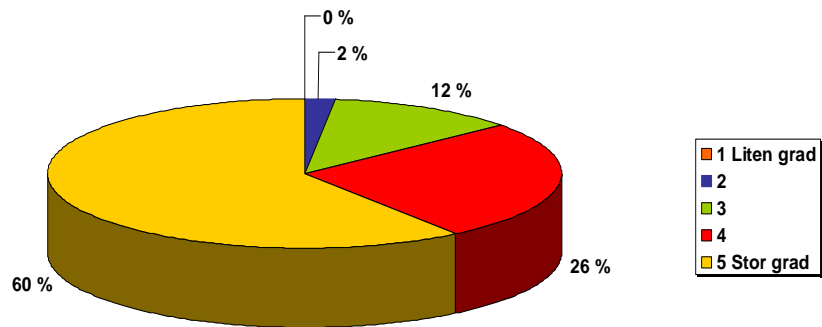
"Norske virksomheter skal utgjøre en forskjell ute"
"Loven er et minimum – dette handler om å bevege seg over loven"
"ISO 26000 er en milepæl i det internasjonale arbeidet med samfunnsansvar" (statssekretær Rikke Lind, NHD)



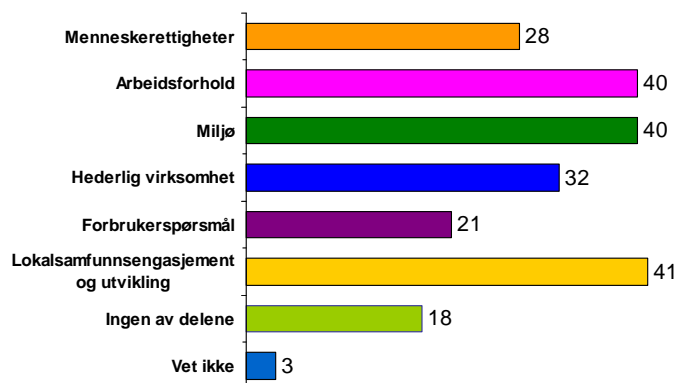
Trenger næringslivet veiledninger i samfunnsansvar?



I hvor stor grad er din organisasjon opptatt av samfunnsansvar?



Hva forbinder din bedrift med samfunnsansvar?



Hvorfor samfunnsansvar?



- Omdømmebygging
- Merkevarerbygging
- Skape stolthet internt
- Rekruttering
- Forbrukerkrav



Cathrine Dehli, Choice Hotels



Respekt for interessentene



- 6 interessentgrupper har deltatt hele veien
- 500 eksperter og 210 observatører
- 100 land og 42 internasjonale organisasjoner
- 23 083 skriftlige kommentarer
- 100 000 arbeidstimer



Kartlegge interessentene



- Hvem blir påvirket av organisasjonens aktiviteter – positivt eller negativt?
- Hvem har man juridiske forpliktelser overfor?
- Hvem kan hjelpe organisasjonen til å innfri sitt ansvar?
- Hvem i verdikjeden er berørt?



Involvere interessentene



- Toveis kommunikasjon
- Samarbeidet har en klar hensikt som blir forstått
- Basert på tillit, uavhengighet og åpenhet
- Interessentenes interesser er klarlagt
- Interessene er relevante og viktige for bærekraftig utvikling



Hvordan kommunisere samfunnsansvar?



- Møter og samtaler med interessenter
- Lagaktiviteter for å integrere samfunnsansvar i en organisasjon
- Kommunikasjon med leverandører om anskaffelseskrav
- Kommunikasjon med allmennheten om krisesituasjoner
- Produktkommunikasjon (produktmerking etc.)
- Artikler om ulike sider ved samfunnsansvar (i tidsskrifter etc)
- Annonser om samfunnsansvar
- Rapportering



Samfunnsansvar - rapportering



- Regelmessig informasjon om overordnede mål, innsats innenfor kjerneområdene og relevante emner
- Beskrive hvordan og når interessentene er tatt med i rapporteringen
- Ærlig og fullstendig bilde
 - Hva har vi oppnådd?
 - Hvor er vi kommet til kort?
 - Hva vil vi gjøre?



Samfunnsansvarlig kommunikasjon



- Fullstendig
- Forståelig
- Lydhør
- Nøyaktig
- Balansert
- Rettidig
- Tilgjengelig



Mer informasjon?



- www.standard.no/ISO26000
- facebook.com/ISO26000Samfunnsansvar

Marit Sæter
msa@standard.no
twitter.com/standardmarit