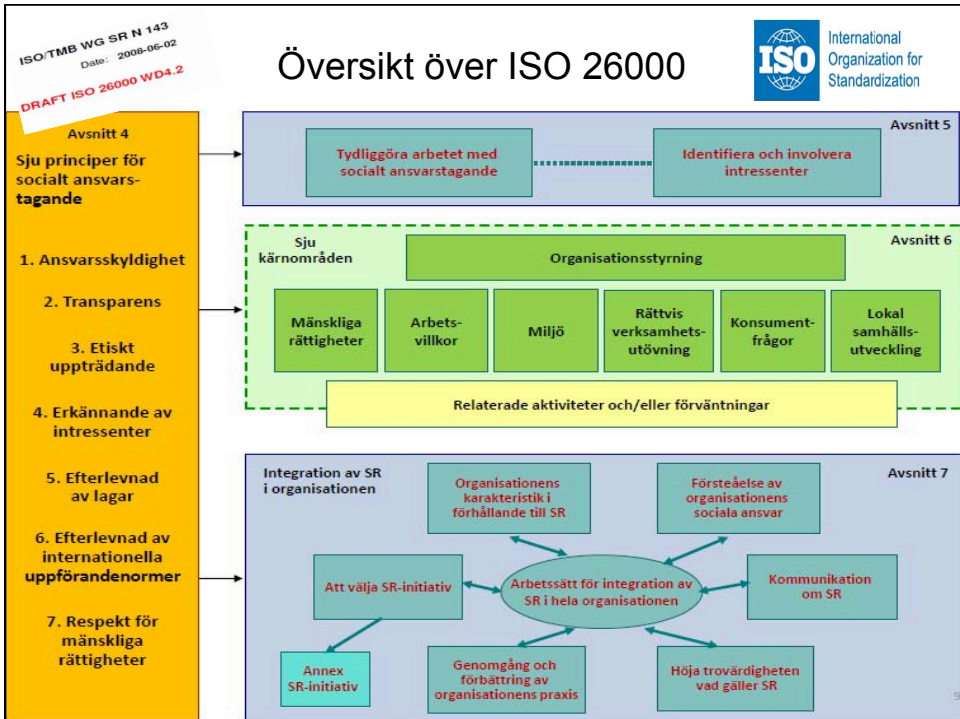
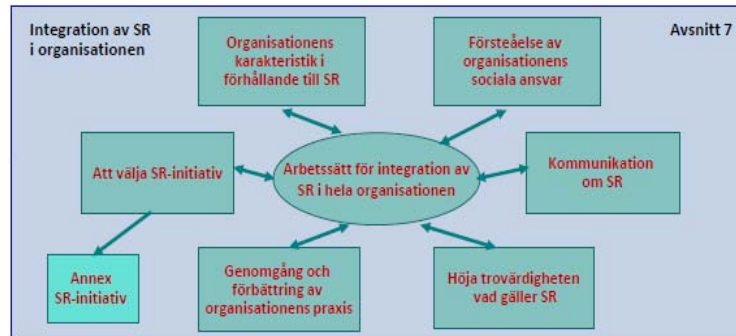


**ISO 26000**  
Standardens recept för att integrera  
arbetet med CSR –  
frågor i organisationen



## Integration av SR – hur gör man?



## Rent generellt

Man bygger på befintliga system, strukturer, policys och nätverk!

- ✓ För att komma igång: analys av organisationens särdrag relativt kraven på socialt ansvarstagande i standarden.

Hur gör man då?

➡ **Ansvars – och riskanalys**

## Setting the Direction of an Organisation for Social Responsibility

- Integrera ett **åtagande** (i enlighet med standardens principer) **om socialt ansvarstagande** i organisationens vision och verksamhetspolicy
- Upprätta och anta en **uppförandekod** och implementera denna internt och externt (principerna i standarden tjänar som vägledning)

➡ Information och utbildning



forts. Setting the Direction of an Organisation for Social Responsibility

- Socialt ansvarstagande behöver förankras i organisationens **affärsstrategi**.
- **Intressentanalys och intressentdialog** – komplettering av ansvarsanalysen
  - ➡ ansvarsaspekter,
  - ➡ mål
  - ➡ handlingsplaner



## Raising Awareness and Building Competency for Social Responsibility

### Utbildningsinsatser

Ledning

(Building commitment – role model)



Ledande befattningar



Alla medarbetare

(Creating a culture of social responsibility)



## Leverantörskedjor

- ✓ Kartläggning av leverantörskedjan – avgränsning - påverkansfär
- ✓ Implementering av uppförandekoden internt och externt
- ✓ Utbildning av berörd personal
- ✓ Krav vid upphandling
- ✓ Uppföljningsarbete



## Communication on Social Responsibility

### ➤ Intern och extern

### ➤ Syfte:

- att demonstrera ansvarstagande och bygga varumärket,
- att bygga förtroendekapital
- att skapa en dialog med intressenterna,
- att underlätta jämförelse mellan organisationer

### Olika principer som skall följas:

transparens, svara på intressenternas informationsbehov, lättförståelig, balanserad, tillgänglig, tillräckligt detaljerad, aktuell



## Olika typer av hållbarhetskommunikation

- Hållbarhetsredovisning,
- Olika former av intressentdialog – viktig källa till kunskap!!
- Broschyrer,
- Reklam
- Olika former av produktmärkning
- Arbetsmöten m.fl.



## Generellt gäller

- **Transparens är a och o**
- **Handling kommer före kommunikation**
- **Involvera intressenter – skapa dialog**
- **Målgruppsanpassning**






## Slutligen

- ✓ Uppföljning
- ✓ Förbättring

