

Handläggare: Magnus Thulin

Tel: 08-508 280 77

E-post: magnus.thulin@stockholm.se

Skrivelse från Birgitta Rydell (L) angående kriterier för samarbeten med externa parter

Svar på skrivelse

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Stockholm Business Region överlämnar följande tjänsteutlåtande som svar på skrivelse om kriterier för samarbeten med externa parter.

Olle Zetterberg

Anna Gissler

Ärendet

Stockholms Stadshus AB har till Stockholm Business Region översänt en skrivelse om etiska riktlinjer för samarbeten.

Birgitta Rydell har i en skrivelse (bilaga 1) till styrelsen för Stockholm Business Region ställt fyra frågor:

- Har SBR följt stadens CSR-policy?
- Om inte på vilket sätt bör CSR-policyn ändras för att förhindra att bolag som representerar dylika antidemokratiska värderingar tas in som samarbetspartners ?



- Finns det andra samarbeten inom SBR där bolaget som staden samarbetar med representerar dylika värderingar?
- Kommer staden avbryta samarbetet med ADIA?

Ärendets beredning

Ärendet har beretts av Invest Stockholm.

Stockholm Business Regions bedömning

Sverige har sedan ca 150 år varit en varm förespråkare av frihandel vilket måste sägas ha gynnat landets utveckling från ett av Europas fattigaste länder till ett av de rikaste. Frihandelspolitiken har förutom export inneburit att vi har välkomnat utländska företagsetableringar och investeringar. De enda begränsningarna har varit när FN eller EU beslutat om ekonomiska sanktioner. Särskilda regler har dock omgett vapenhandel men i övrigt har inte Sverige haft synpunkter på vilka länder som investerar i Sverige eller som har handelsutbyte med Sverige.

Detta är utgångspunkten för Stockholm Business Regions uppdrag när det gäller att marknadsföra Stockholmsregionens attraktionskraft gentemot utländska besökare och investerare, göra det lättare att starta, etablera och driva företag i Stockholm samt ge kostnadsfritt stöd till bolag som söker etablering i Stockholmsregionen under varumärket Stockholm - The Capital of Scandinavia. De utrikespolitiska värderingarna står således regering och riksdag för och inte enskilda kommuner.

Det finns ingen gemensam stadsövergripande CSR-strategi (Corporate Social Responsibility) för Stockholms stad. Stockholms Stadshus ABs dotterbolag har däremot verksamhetsspecifika CSR-strategier.

För att utveckla bolagens sociala hållbarhetsarbete fick stadens bolag i budgeten för 2015 i uppdrag att ta fram en s.k. CSR-strategi. CSR innebär ett företags ansvarstagande i relation till hur företaget påverkar samhället ur tre perspektiv: ekonomiskt, miljömässigt och socialt. Under 2015 påbörjades arbetet genom att Svenska Bostäder, Familjebostäder och Stockholmshem gemensamt och i samråd med Stockholms Stadshus AB arbetade fram en gemensam CSR-strategi.

Omfattningen i strategin avgränsas till att fokusera på socialt hållbar utveckling. Arbete med en klimatsmart hållbar utveckling faller inom ramen för Stockholms stad miljöprogram samt för att säkerställa ekonomisk hållbar utveckling finns inom kommunkoncernen redan väl inarbetade modeller.

Modellen för CSR-strategin skulle därefter kunna användas av alla bolagen inom koncernen Stockholms Stadshus AB, men varje bolag måste utifrån modellen utarbeta sin egen verksamhetsspecifika strategi.

Stockholm Business Region arbetade därefter fram bolagets verksamhetsspecifika CSR-strategi i samråd med Stockholms Stadshus AB och styrelsen antog denna vid mötet den 20 september 2016. (Protokollsutdrag bilaga 2.)

I bolagets beslutade CSR-strategi framgår att dialogen och samarbetet med näringslivet ska fortsätta utvecklas i syfte att tillvarata näringslivets engagemang och behov, skapa delaktighet i stadens utveckling, samhörighet och ett ökat samhällsengagemang. Samarbeten med näringslivet ska vidareutvecklas för genomförande av satsningar avseende social hållbarhet. Stockholm Business Region vill samtidigt poängtera att bolagets CSR-arbete endast sträcker sig till det arbete som sker inom bolagets uppdrag således kan vi inte kontrollera vad olika andra företag har för egna CSR-policies.

I bolagets marknadsföringsuppdrag använder vi dock alltid en värderingsstyrd kommunikation som står i stark samklang med de av kommunfullmäktige beslutade målen. Uppdraget är att samarbeta med det befintliga näringslivet i regionen vilket innefattar många utlandsägda företag från många olika länder med mycket skiftande samhällssystem. Därtill kommer att många svenska börsnoterade företag har en mängd utländska aktieägare. Att lägga resurser för att utreda och kontrollera alla dessa och göra en politisk bedömning av alla utlandsägda och svenska bolag med utländska aktieägare bedöms som ogenomförbart. Det är dessutom mycket vanligt att olika typer av statligt ägande är inblandat i stora företag precis som svenska staten är ägare av flera stora företag aktiva utanför Sveriges gränser.

Avseende rubricerad skrivelse vill Stockholm Business Region framföra att bolaget i nuvarande form har samordnat Stockholms stads närvaro på fastighetsmässan MIPIM (Le marché international des professionnels de l'immobilier) i Cannes sedan många år. Närvaron sker i samarbete med kommuner i partnerskapet Stockholm Business Alliance och en mängd olika privata aktörer inom bygg- och fastighetsbranschen, för närvarande 30 olika företag. Sedan start har samarbetet byggts på ett brett partnerskap med den gemensamma nämnaren att partnerföretagen är aktörer inom fastighetsbranschen samt har verksamheter i Stockholmsregionen. Bolaget har inte begränsat partnerskapet till enbart fastighetsägare. Det är således öppet för byggbolag, fastighetsutvecklare, fastighetsinvestorer, arkitektkontor, intresseföreningar, transaktionsföretag med flera. Företag som inte finns på den svenska marknaden eller företag som inte önskar marknadsföra regionen i enlighet med gällande avtal har inte möjlighet att delta i partnerskapet, och torde heller inte önska göra det. Denna bredd har varit en styrka i utvecklingen av Stockholmsregionen och en viktig del i att skapa en ömsesidig förståelse mellan fastighetsbranschen och närvarande kommuner. Det nuvarande avtalet gäller för tidsperioden 2016 – 2018 och avser förutom medverkan på MIPIM ett

deltagande för de som önskar på några andra mässor. De privata aktörerna betalar 200 000 sek var årligen för att vara med och marknadsföra Stockholm för internationella investerare. Stordelen av pengarna för monter, reklam, aktiviteter kommer således från våra privata partners.

På MIPIM anordnas ett särskilt investerarmötet varje år av Stockholm Business Region och vid detta tillfälle är det synnerligen lämpligt att låta en internationell investerare berätta om vad de gör i Stockholm. 2016 fick bland annat BNP Paribas Real Estate möjligheten att beskriva varför Stockholm är en intressant plats för investerare och 2017 bad bolaget en representant för ADIA att medverka på scenen.

När det gäller fastighetsbolaget ADIA köpte de för ca tio år sedan en större del av kvarteret Sperlingens Backe vilket innehåller Sturegallerian. Detta gjorde dem till en viktig aktör på den stockholmska fastighetsscenen. De kontaktade Stockholm Business Region och frågade om de kunde vara partner och marknadsföra Stockholmsregionen internationellt på samma villkor som övriga partners. Det är självfallet bra om utländska aktörer är villiga att vara med om att locka fler utländska investerare till Stockholm. Det strider inte mot bolagets CSR-policy att låta en utländsk fastighetsägare vara med och marknadsföra regionen gentemot andra tilltänkta internationella aktörer. ADIA har förbundit sig att vara partner även under 2018 på samma sätt är staden bunden av detta avtal. Bolaget ser inget skäl att omförhandla detta avtal då det ändå löper under 2018.

I samband med att det treåriga partnerskapsavtalet går ut under 2018 avser bolaget föreslå en revidering av fastighetspartnerskapet. Detta då fler arenor har uppkommit och en förändrad syn på fastighetsmässor skett över tid. Det finns således ett behov av att se över framtida samarbetsytor och gemensamma aktiviteter. Frågan om begränsningar avseende vilka företag som kan vara aktuella för ett fortsatt samarbete kan också komma att belysas. Eventuella förändringar kommer att ske i samverkan med våra kommunala partners inom Stockholm Business Alliance samt utifrån löpande diskussioner med fastighetspartners.

Det är även viktigt att poängtera att partnerskapet ska vara öppet och transparent, med grundsynen att Stockholm ska vara en av Europas mest öppna och kreativa städer. Stockholm Business Region eller någon annan del av samarbetet bör därför så långt som möjligt undvika att hindra enskilda aktörer från att närvara på grund av meningsskiljaktigheter om hur olika delar av Stockholmsregionen bör utvecklas.

Bilagor

1. Skrivelse från Birgitta Rydell (L) angående kriterier för samarbeten med externa parter