

# Etiska regler för kontakt- och relationsfrämjande aktiviteter inom elbranschen

*Dessa rekommendationer till etiska regler är framtagna i samarbete mellan E.L. Elmateriel Leverantörernas förening och SEG, Sveriges Elgrossister.*

*Dokumentet är baserat på material från Institutet mot Mutor (IMM).*

## Syfte

Reglerna har framförallt två viktiga huvudsyften:

- Arbetsgivarintresset: Arbetsgivaren vill säkerställa att lagar och regler följs, och att inte hans anställda agerar så att företaget missgynnas på något sätt.
- Konkurrentintresset: Alla företag på en marknad har ett intresse av att samtliga aktörer iakttar godtagna marknadsetiska normer i sin verksamhet.

## Några definitioner och påföljder (ur Brottsbalken kap. 17 och 20)

Mutbrott: Arbetstagare som tar emot, låter åt sig utlova, eller begär muta eller annan otillbörlig belöning för sin tjänsteutövning döms för mutbrott till böter eller fängelse i högst två år. Är brottet grovt döms till fängelse i högst sex år.

Bestickning: Den som lämnar, utlovar eller erbjuder muta eller annan otillbörlig belöning för tjänsteutövning döms för bestickning och straffas med dagsböter eller fängelse i högst två år.

Som arbetstagare enligt lagen räknas *alla* anställda i statlig, kommunal och enskild tjänst men även exempelvis ledamöter av statliga, kommunala och andra offentliga organ.

Mutbrott inom den offentliga sektorn faller under allmänt åtal. För mutbrott inom den privata sektorn gäller att åtal kan väckas endast om arbetsgivaren anmäler brottet eller om det är påkallat från allmän synpunkt.

## Etisk utgångspunkt

I all affärsverksamhet är det ett självklart legitimt behov av att kunna skapa och vidmakthålla goda personliga kontakter och relationer med medaktörerna på marknaden.

Kundträffar, studiebesök, kurser och seminarier är naturliga inslag i den verksamheten. Kundvård är både tillåtet och nödvändigt men det ska ske med öppenhet och måttfullhet. Endast de medel godtas som är etiskt tillbörliga, dvs som allmänt uppfattas som justa och hederliga och förenliga med god affärssed.

Avsikten med dessa regler är att försöka skapa klarhet och en gemensam uppfattning om vad som är etiskt tillbörligt.

## Tolkning

Reglerna är självklart inte uttömmande. Om reglerna inte ger klart besked; använd gott omdöme och stäm av med arbetsgivaren.

## Tillåtna förmåner

Exempel på förmåner som normalt är tillåtna:

- a) arbetsmåltider av vardaglig karaktär
- b) uppvaktningar på jämna födelsedagar och andra bemerkelsedagar eller vid sjukdom om de är måttfulla med hänsyn till omständigheterna i det enskilda fallet
- c) mindre varuprov
- d) prydnadsföremål som saknar nämnvärt marknadsvärde och jämförliga måttfulla minnesgåvor vid företagsjubileer och liknande

## Otillåtna förmåner

- a) penninggåvor, penninglån eller borgensåtaganden
- b) privata provisions- och bonusarrangemang samt kick-backs
- c) sidoleveranser av varor eller tjänster. Exempel: Kombinationserbjudanden med främmande produkter som kan användas för privat bruk.
- d) förfogande över fordon, båt eller fritidsbostad för privat bruk
- e) helt eller delvis betalda nöjesresor eller semestervistelser. Samma bedömning gäller även om den anställda skulle företa resan på sin lediga tid.

## Villkorat tillåtna förmåner

De flesta förmåner som används i affärlivet är sådana att omständigheterna avgör om de kan anses tillåtna eller inte.

### Bedömningskriterier

Kravet på öppenhet: Ett erbjudande om en förmån ska i regel riktas direkt till arbetsgivaren. I andra fall ska den anställda omedelbart informera sin arbetsgivare och få förmånen godkänd.

Kravet på måttfullhet: I lagen finns ingen exakt ("tillåten") nivå angiven. Det kan vara korruptionsbrott redan vid låga belopp. Vid bedömningen tas bland annat hänsyn till förmånens ekonomiska värde och attraktivitet samt individens personliga påverkbarhet.

Observera att risken för mutbrott är större i samband med planerade, pågående och även avslutade affärsförhandlingar.

### Vanliga typer av villkorat tillåtna förmåner

Nedanstående förmåner anses normalt tillåtna om de uppfyller kraven på öppenhet och måttfullhet:

- Studieresor, studiebesök vid egna eller leverantörs anläggningar, kurser mm om informationsmomentet dominerar och att inbjudan riktats till huvudmannen som valt ut deltagarna och även godkänt eventuella kringarrangemang. Det rekommenderas att deltagare själva står för egna rese- och uppehållskostnader. Samma regler gäller för medföljande maka eller motsvarande.
- Säljfrämjande arrangemang med leverantörer, grossister och deras kunder. Om arrangör förväntar sig en finansiell delaktighet från annan part ska program och deltagarlista vara avstämda i förväg. Inlutna medel ska enbart användas för det gemensamma arrangemanget, och en öppen redovisning rekommenderas.
- Representationsmåltider av god klass om det inte gäller flera inbjudningar under en begränsad tidsperiod till en och samma person
- Inbjudningar till kultur- och sportarrangemang
- Måttfulla gåvor

Om en anställd uttrycker en önskan till en leverantör om en personlig förmån är detta i regel inte tillåtet.

### Material för fördjupning:

- Institutet mot mutors (IMM) webb-sida: <http://www.chamber.se/IMM/>
- Vägledande etiska regler för kontakt- och relationsfrämjande förmåner i affärsverksamhet /IMM
- Farliga förmåner /IMM)
- Mutbrott, bestickning och korruptiv marknadsföring/Thorsten Cars, Norstedts Juridik
- Brottsbalken (SFS 1999:197) 17 kap. och 20 kap.
- Marknadsföringslagen (SFS 1995:450), 4§, 14§, 20§ och 38§
- Inkomstskattelagen (SFS 1999:1229) 9 kap 10§