

Förslag till etiska regler för kontakt- och relationsfrämjande förmåner i affärsverksamhet

Dessa bestämmelser är antagna av SVMF och gäller för samtliga medlemsföretag och deras medarbetare.

I korta ordalag beskrivs nedan sådant som är tillbörligt/tillåtet, otillbörligt/otillåtet och de fall som det finns villkor att uppfylla för att det skall vara tillbörligt/tillåtet. Listorna är inte uttömmande.

Tillbörliga förmåner

Följande förmåner är normalt enbart attitydpåverkande och tillbörliga:

- Arbetsmåltider av vardaglig karaktär;
- Uppvaktningskostnader vid jämna födelsedagar, dock förutsätts måttfullhet;
- Mindre varuprov överlämnade vid företagsbesök;
- Prydnadsföremål som saknar nämnvärt marknadsvärde.

Icke tillbörliga förmåner

Förmåner i kontakt- och relationsfrämjande syfte är inte tillbörliga oavsett om de är attityd-, besluts- och beteendepåverkande och därför inte tillåtna.

- Penninggåvor i kontanter eller annan form
- Penninglån
- Borgensåtagande eller skuldtäckning
- Eftergift av köpeskilling, fordran, amortering eller ränta
- Dolda (av den anställdes huvudman ej godkända) inköpsrabatter, provisions- och bonusarrangemang samt kickbacks
- Sidoleveranser av varor och tjänster från huvudmannens leverantör
- Förfogande över fordon, båt eller fritidsboende för privat bruk
- Helt eller delvis betalda nöjesresor eller semestervistelser

Villkorat tillbörliga förmåner

Följande förmåner i kontakt- och relationsfrämjande syfte är villkorat tillbörliga utifrån ett antal bedömningskriterier. Dessa bedömningskriterier är huruvida förmånen är öppna, måttfulla, dess ekonomiska värde och övriga yttre omständigheter. Med öppenhet avses att förmånerserbjudandet skall riktas direkt till huvudmannen och inte till den anställda. Med måttfullhet avses att förmånen skall vägas med hänsyn till det ekonomiska värdet och attraktivitet, den anställdes integritetskänslighet och personlig påverkbarhet.

Ekonomiska värdet utgår från nettovärdet och skall bedömas utifrån det värde som förmånen har vid reguljärt förvärv på den öppna marknaden.

Förmåner som anses tillbörliga förutsatt att de uppfyller ovan krav på öppenhet och måttfullhet, samt framstår som enbart attitydpåverkande är t.ex.:

- Studieresor, kurser, seminarier och andra utbildningsarrangemang under förutsättning att utbildnings-/informationsmomentet helt dominerar och att inbjudan riktas till huvudmannen;
- Studiebesök vid egna eller vid en leverantörsanläggning under motsvarande förutsättningar som studieresor;
- Säljfrämjande arrangemang under förutsättning att de utformas i program och inte kommer i konflikt med anställdas plikt gentemot arbetsgivare eller deras skyldighet att ge korrekta råd till konsumenter;
- Festarrangemang, banketter och minnesgåvor under förutsättning att de vidtagna åtgärderna är måttfulla;
- Representationsmåltider av god klass med avseende på mat och dryck under förutsättning att det är fråga om enstaka inbjudningar till en och samma anställd;
- Inbjudan till kulturella eller sportsliga arrangemang under förutsättning att inbjudan riktas till huvudmannen och inte till viss anställd om inte det uttryckligen godkänts av huvudmannen;
- Trohetsrabatter (bonus), frikort, personliga rabatter under samma förutsättningar som inbjudan till kulturella eller sportsliga arrangemang;
- Gåvor av föremål som med hänsyn till art och ekonomiskt värde är måttfulla.