

Kod om gåvor, belöningar och andra förmåner i näringslivet



FÖRORD

Institutet Mot Mutor (IMM), som grundades 1923, har sedan sin tillkomst verkat för självreglering som medel att bekämpa korrupktion i samhället. Genom sina huvudmän har institutet en bred räckvidd både inom näringslivet, kommuner och landsting.

IMM har på så vis varit pådrivande i kampen mot mutor och övertygat staten om vikten av kraftfull lagstiftning på området.

Mot den här bakgrunden var det naturligt att IMM för några år sedan tog initiativ till en reformering av mutbrottslagstiftningen, något som ledde till en utredning i ämnet (SOU 2010:38, Mutbrott), en proposition (2011/12:79, En reformerad mutbrottslagstiftning) samt riksdagsbeslut i enlighet med propositionen (Justitieutskottet 2011/12:JuU23).

Brottsbalkens regler om mutbrott är allmänt hållna och svårtolkade trots den reformering som skett. Denna Kod om gåvor, belöningar och andra förmåner i näringslivet ”koden” ska ses som ett komplement till lagstiftningen, den fyller ut och förtydligar straffbestämmelserna.

Koden omfattar alla bokföringsskyldiga företag, inklusive offentligt ägda bolag, och omfattar alla typer av förmåner. Koden är i princip strängare än brottsbalkens regler, varför den som följer koden ska kunna räkna med att förfarandet ligger inom ramen för det tillåtna. Som en följd av kodens ikraftträdande har IMM:s ”Vägledande etiska regler” upphört att gälla.

För en kommentar till mutbrottslagstiftningen och dess tillämpning hänvisas till Thorsten Cars, Mutbrott och korruptiv marknadsföring, 3 uppl., Norstedts juridik, Stockholm 2012.

Koden, som förvaltas av IMM, har fastställts av dess styrelse med verkan från den 1 september 2012 och har ändrats denna dag.

Stockholm den 20 november 2014.

Fredrik Wersäll
Ordförande

SYFTE

Koden har till syfte att vägleda företag i frågor om hur gåvor, belöningar och andra förmåner i näringslivet får användas. Med stöd av koden ska företag kunna bedöma vad som är en tillåten förmån respektive vad som kan utgöra en otillåten förmån.

Syftet med koden är också:

- att vägleda företag ur ett affärsetiskt perspektiv.
- att tillgodose företags intresse av att deras anställda inte låter sig påverkas att agera till nackdel för företaget genom att ge eller ta emot otillåtna förmåner.
- att främja marknadens intresse av effektiv och sund konkurrens på lika villkor.
- att öka förtroendet för näringslivet, eftersom samhället måste kunna förlita sig på att marknaden fungerar väl ur ett affärsetiskt perspektiv.

INLEDNING

Friheten att påverka andra och att själv disponera sina tillgångar är en viktig del i samhället och i näringslivet. Den civilrättsliga grundprincipen om avtalsfrihet måste respekteras. Även om utgångspunkten är att det står var och en fritt att ge gåvor och förmåner, får denna frihet inte gå hur långt som helst. Användandet av otillåtna förmåner påverkar såväl marknaden som allmänhetens förtroende för marknaden.

För att motverka sådana negativa effekter är det viktigt att marknadens aktörer upprätthåller en hög etisk standard. Målsättningen med denna kod är att etablera en etisk standard genom vilken näringslivet ställer högre krav på sig självt än vad den svenska mutlagstiftningen gör. Detta medför att företag som följer koden ska kunna förlita sig på att företaget därigenom inte riskerar att bryta mot mutlagstiftningen.

Koden utgör en ram för hur företag ska förhålla sig till förmåner i näringslivet. Den kan kompletteras av branschregler, riktlinjer för respektive företag och liknande bestämmelser. Sådana kompletterande regler kan vara striktare än koden men får inte vara mindre strikta än denna.

Det kan vara lämpligt att i respektive branschregler eller företagsriktlinjer ta in praktiska exempel till belysning av förhållanden som är speciella eller särskilt betydelsefulla för branschen eller företaget.

Den av Institutet Mot Mutor inrättade Etiknämnden har till uppgift att genom bl a uttalanden verka för god sed inom det område som omfattas av Näringslivskoden. Denna kommer vid behov att uppdateras med beaktande av Etiknämndens avgöranden.

Näringslivskoden utarbetades i anslutning till den nya lagstiftningen. Den närmare innebörden av straffbestämmelserna framgår av lagförarbeten (utredningsbetänkande och proposition), domstolsavgöranden (rättspraxis) och lagkommentarer.

GÄLLANDE STRAFFBESTÄMMELSER

Den 1 juli 2012 trädde nya straffbestämmelser om mutbrott i kraft (brottsbalken 10 kap. 5a–5e §§). Bestämmelserna innebär i huvudsak följande:

1. en anställd eller en uppdragstagare får inte ta emot, godta ett löfte om eller begära en otillbörlig belöning för utövningen av anställningen eller uppdraget (*tagande av muta*);
2. det är inte tillåtet att åt en anställd eller en uppdragstagare lämna, utlova eller erbjuda en otillbörlig belöning för utövningen av anställningen eller uppdraget (*givande av muta*);
3. det är inte tillåtet att ta emot, godta ett löfte om eller begära en otillbörlig förmån för att påverka någon som utövar myndighet eller beslutar om offentlig upphandling eller att lämna, utlova eller erbjuda en otillbörlig förmån till någon för att denne ska påverka beslutsfattaren vid myndighetsutövning eller offentlig upphandling (*handel med inflytande*);
4. en näringsidkare måste vara försiktig med att lämna pengar eller andra tillgångar till sina ombud, agenter, samarbetspartners eller andra representanter så att medlen inte används till mutor (*vårdslös finansiering av mutbrott*).

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

DEFINITIONER	6
A. TILLÄMPNING	8
1. Förmåner som omfattas av koden	8
2. Företag som omfattas av koden	8
3. Koncernföretag i utlandet	8
4. Branschregler	8
B. OM FÖRMÅNER	9
I. LÄMNANDE AV FÖRMÅNER	9
5. Förmåner till de som utövar myndighet eller beslutar om offentlig upphandling	9
6. Förmåner till andra kategorier där särskild restriktivitet ska iakttas	9
7. Förmåner till arbets- eller uppdragstagare i privatägda företag	11
8. Otillåtna former av förmåner	12
II. MOTTAGANDE AV FÖRMÅNER	13
9. Om mottagande av förmåner	13
C. AGENTER OCH ANDRA SAMARBETSPARTNERS	14
10. Kontroll av agenter och samarbetspartners	14
11. Arvode	15
D. FÖREBYGGANDE ÅTGÄRDER	16
12. Policy	16
E. FÖRVALTNING AV KODEN	16
13. Denna kod förvaltas av Institutet Mot Mutor	16

Definitioner

I denna kod har följande begrepp den nedan angivna betydelsen:

”Agent”	Den som i näringsverksamhet har avtalat med ett företag att självständigt verka för företagets räkning.
”Andra samarbetspartners”	De som, utan att vara agenter, samarbetar med ett företag gentemot tredje man, t ex joint venture partners, eller personer som för egen räkning säljer företagets produkter eller tjänster.
”Attitydpåverkande förmån”	Förmån som erbjuds i syfte att skapa eller vidmakthålla goda kundrelationer men som inte riskerar att inverka på mottagarens beslut eller sätt att fullgöra sina arbetsuppgifter.
”Beteendepåverkande förmån”	Förmån som påverkar eller riskerar att påverka mottagarens beslut eller sätt att fullgöra sina arbetsuppgifter, t ex gåva av högt ekonomiskt eller personligt värde för mottagaren.
”Företag”	Ett företag enligt p. 2 i koden och företag i utlandet som är registrerade eller annars får anses bedriva näringsverksamhet. Företag som bedriver näringsverksamhet och som är ägda eller finansierade av offentligrättsliga subjekt omfattas av begreppet.
”Förmån”	En gåva, belöning eller motsvarande av materiellt eller immateriellt slag.
”Koncernföretag”	Ett företag som ett svenskt moderföretag har ett bestämmande inflytande över. Med bestämmande inflytande avses att moderföretagets ägande ska ge möjlighet att utöva rösträtten för mer än hälften av rösterna i dotterföretaget, ensamt, genom eller tillsammans med andra koncernföretag, eller genom avtal med andra delägare i dotterföretaget.
”Myndighetsutövning”	Beslut eller andra åtgärder av myndigheter som grundas på lag och är bindande för enskild person eller enskild sammanlutning, t ex bolag eller förening. Typiska exempel är den verksamhet som utövas av regeringen, riksdagen, länsstyrelser, domstolar, åklagare, poliser och kommunala nämnder, som byggnads- och sociala nämnder. Också privata företag kan genom lag anförtros utövande av myndighet. Ett exempel är kontrollbesiktning av fordon.
”Näringsliv”	Sammanfattande begrepp för företag som bedriver näringsverksamhet, oavsett om ägandet är privat eller offentligt.

”Offentliga organ”	Statliga och kommunala myndigheter, nämnder, styrelser och verk m fl, oavsett om de utövar myndighet. Privata företag som utövar myndighet, t ex kontrollbesiktning av fordon, omfattas inte av definitionen offentliga organ.
”Offentlig upphandling”	Åtgärd enligt lagarna om offentlig upphandling som vidtas av myndigheter och vissa andra organisationer som är finansierade med allmänna medel.
”Uppdragstagare”	Den som har åtagit sig att utföra ett uppdrag för någon annans räkning och inte är anställd av denne.

A. Tillämpning

1. Förmåner som omfattas av koden

Koden omfattar alla slags gåvor, belöningar och andra förmåner.

Även förmåner utan ekonomiskt värde kan omfattas av koden. Det kan t ex vara frågan om ett medlemskap i en exklusiv klubb, en prestigefylld utmärkelse eller en förmån som utan att ha ett ekonomiskt värde är personligt värdefull för mottagaren (t ex affektionsvärde).

2. Företag som omfattas av koden

Koden omfattar företag som är bokföringsskyldiga enligt bokföringslagen eller lagen om utländska filialer m.m.

Ett utländskt företag omfattas inte av koden endast på grund av att företaget har en filial i Sverige som omfattas av koden.

3. Koncernföretag i utlandet

Innehållet i denna kod ska också gälla koncernföretag i utlandet, om det inte finns särskilda skäl eller hinder mot det.

Företag ska så långt det är möjligt se till att svenska koncernföretag i utlandet följer denna kod, eller värderingarna i denna. Det kan förekomma att en strängare kod antagits i det land där koncernföretaget finns och att koncernföretaget därigenom omfattas av en sådan kod.

4. Branschregler

Företag ska följa tillämpliga branschregler om förmåner under förutsättning att dessa inte strider mot denna kod.

Koden är överordnad branschregler och branschpraxis. Ingenting hindrar dock att branschregler och branschpraxis innehåller strängare regler än koden. Många branscher har antagit regler som är mer detaljerade och strängare än kodens regler. De företag som omfattas av sådana regler ska alltså tillämpa dessa.

B. Om förmåner

I. LÄMNANDE AV FÖRMÅNER

Avgörande för om det är tillåtet att lämna en förmån är till en början inom vilken samhällssektor mottagaren är anställd eller uppdragstagare. Koden skiljer mellan tre olika nivåer som behandlas i var sin punkt.

Punkt 5 innehåller den strängaste regleringen som innebär att alla förmåner till personer inom den nivån är otillåtna (vid myndighetsutövning och offentlig upphandling).

Restriktiv men något mindre sträng är bestämmelsen i punkt 6 (anställda/uppdragstagare hos myndigheter som inte utövar myndighet eller offentlig upphandling och anställda/uppdragstagare hos statligt ägda och finansierade bolag samt i vissa privata integritets-känsliga verksamheter).

Minst restriktiv är regeln i punkt 7 (privatägda företag).

Vissa slag av förmåner enligt punkt 8 är alltid otillåtna oavsett inom vilken nivå mottagaren är verksam.

5. Förmåner till den som utövar myndighet eller beslutar om offentlig upphandling

Det är förbjudet att lämna, utlova eller erbjuda en förmån till den som utövar myndighet eller beslutar om offentlig upphandling.

Att myndighetsutövning och offentlig upphandling sker utan otillbörlig påverkan är centralt i en rättsstat. En förmån lämnad till någon i den angivna personkretsen är alltid otillåten.

Förmånen behöver inte lämnas till den som ska besluta om myndighetsutövningen eller den offentliga upphandlingen för att vara otillåten. Förmånen kan även riktas till någon annan, t ex mottagarens närstående. Om förmånen riktas till den som har ett indirekt inflytande på beslutet genom att förbereda eller föredra ärendet i syfte att han eller hon ska påverka beslut eller åtgärd vid myndighetsutövning eller offentlig upphandling kan förfarandet vara straffbart som handel med inflytande.

Myndighetsutövning och offentlig upphandling kan även ske genom privaträttsliga subjekt (t ex aktiebolag).

Beträffande anställda och uppdragstagare som inte utövar myndighet, t ex personer som arbetar med administration och service vid organ som har hand om myndighetsutövning eller offentlig upphandling, gäller punkt 6.

6. Förmåner till andra kategorier där särskild restriktivitet ska iakttas

Utöver de som utövar myndighet eller beslutar om offentlig upphandling (som regleras i punkt 5), finns det vissa andra kategorier där lämnande, utlovande eller erbjudande av förmåner visserligen inte är helt otillåtet men där särskild restriktivitet ändå ska iakttas. Exempel på sådana kategorier är arbets- eller uppdragstagare:

- a) *vid offentliga organ, även om arbets- eller uppdragstagaren inte deltar i myndighetsutövning eller offentlig upphandling,*
- b) *inom integritetskänsliga verksamheter där särskilda skyddsintressen gör sig gällande, såsom offentligt ägda eller finansierade företag, privatägda banker, finans- och försäkringsföretag samt företag inom certifiering och kontrollerande verksamhet.*

De skyddsintressen som redovisas i punkt 5 gör sig gällande också beträffande sådana anställda och uppdragstagare vid offentliga organ, som inte arbetar med myndighetsutövning eller offentlig upphandling. De offentliga organens verksamhet bedrivs i medborgarnas intresse som ska skyddas mot korruption. Detsamma gäller, om än inte med samma styrka, offentligt ägda eller finansierade företag t ex friskolor, även om de verkar på en konkurrensutsatt marknad.

En integritetskänslig ställning har vidare handläggare i privata banker samt finans- och försäkringsbolag som handskas med medel som anförtrots av allmänheten.

Anledning att iaktta särskild försiktighet finns alltså när det gäller att lämna, utlova eller erbjuda förmåner till personer som hör till någon av de berörda kategorierna.

Alla förmåner som är beteendepåverkande, dvs. påverkar eller riskerar att påverka mottagarens beslut eller sätt att fullgöra sina arbetsuppgifter, ska bedömas som otillåtna.

En attitydpåverkande förmån som överensstämmer med vad som anses vara allmänt accepterade umgängesformer mellan näringslivet och offentliga organ är i normalfallet tillåten. Vid utländska förhållanden får särskilt beaktas vad som lokalt anses vara allmänt accepterade umgängesformer mellan näringslivet och offentliga organ, t ex kan värdet av en middag i utlandet vara högre än en i Sverige utan att det är otillåtet.

Frågan om en förmån är otillåten måste avgöras mot bakgrund av alla betydelsefulla omständigheter i det enskilda fallet.

De omständigheter som ska beaktas särskilt vid denna bedömning är följande:

Förmånens värde

Risken för beteendepåverkan ökar med förmånens ekonomiska eller personliga värde och frekvens av förmåner till en anställd eller uppdragstagare. I allmänhet ska därför försiktighet iakttas när det gäller förmåner av inte obetydligt värde, förmåner som förekommer frekvent och förmåner med personligt värde.

Mottagarens position

Det är betydelsefullt vilken anställning eller vilket uppdrag mottagaren av förmånen har. Om den anställda eller uppdragstagaren arbetar åt myndighetsutövande organ eller organ som har hand om offentlig upphandling intar denne en särställning även om hon/han själv inte beslutar i sådana ärenden (utan tillhör t ex personer som arbetar med administration och service). Särskild restriktivitet ska därför iakttas om förmåner lämnas till sådana personer. Detsamma gäller förmåner till den som är anställd i eller uppdragstagare hos ett företag som ägs eller är finansierat av staten, landsting eller kommun.

Förmånens art

Risken för att en förmån är att bedömas som otillåten ökar ju svagare anknytningen är till mottagarens arbetsuppgifter. Det är därför av betydelse om förmånen har ett tydligt samband med och ingår som ett naturligt och nyttigt led i mottagarens arbete. Med det avses t ex att diskutera arbetsrelaterade frågor över en måltid, eller en studieresa där arbetsrelaterade programpunkter utgör ett väsentligt inslag.

Mottagarkretsen och formerna för erbjudandet av förmånen

En förmån av evenemangskaraktär bör i princip riktas till en obestämd krets av personer snarare än till särskilt utvalda personer. Det är vidare av betydelse att förmånen lämnas öppet. Kravet på öppenhet innebär att en förmån normalt ska riktas direkt till mottagarens arbets- eller uppdragsgivare, vara godkänd av denne eller vara förenlig med dennes etablerade policy i fråga om förmåner.

Varningsflaggor

Företag ska iaktta särskild försiktighet om något av följande föreligger:

- förmånen har ett inte obetydligt värde eller ges frekvent,
- förmånen har inte ett tydligt samband med mottagarens arbete eller uppdrag,
- förmånen ingår inte som ett naturligt och nyttigt led i mottagarens arbete eller uppdrag,
- förmånen erbjuds eller överlämnas till mottagaren (eller dennes närstående) i nära anslutning till beslut som berör givaren,
- den anställda eller uppdragstagaren bjuds in till evenemang tillsammans med medföljande, t ex anhörig eller vän,
- förmånen (av evenemangskaraktär eller liknande) riktas till särskilt utvalda personer,
- förmånen lämnas inte öppet,
- förmånen avviker från allmänt accepterade umgängesformer mellan näringslivet och offentliga organ, eller
- förmånen initieras av mottagaren.

7. Förmåner till arbets- eller uppdragstagare i privatägda företag

Företag får lämna, utlova eller erbjuda en förmån till anställda eller uppdragstagare i ett privatägt företag om:

- a) det sker öppet,*
- b) förmånen är måttfull och*
- c) förmånen inte heller i övrigt är sådan att den kan anses vara beteendepåverkande, dvs. påverkar eller riskerar att påverka mottagarens beslut eller sätt att fullgöra sina arbetsuppgifter.*

Regleringen avser företag som inte omfattas av punkt 6. Den allmänna utgångspunkten är att en förmån är tillåten om den är måttfull och lämnas öppet. Vid utländska förhållanden får särskilt beaktas vad som lokalt anses som allmänt accepterade umgängesformer inom näringslivet, t ex kan värdet av en middag i utlandet vara högre än en i Sverige utan att det är otillåtet.

Öppenhet

Kravet på öppenhet innebär att en förmån normalt ska riktas direkt till det andra företaget, vara godkänd av det företaget eller vara förenlig med det företags etablerade policy i fråga om förmåner.

Måttfullhet

Kravet på måttfullhet innebär att förmånen inte får framstå som beteendepåverkande för mottagaren. Förmånens ekonomiska eller personliga värde ska alltså ställas i relation till den anställdes integritetskänslighet och personliga påverkbarhet, varvid faktorer som befogenhet, befattning, arbetsuppgifter, ålder och erfarenhet kan utgöra en del av den helhetsbedömning som ska göras. Vad som är måttfullt eller inte måttfullt är alltså beroende av såväl givaren som mottagaren. Det är vidare beroende av företag och bransch. Lokala seder och bruk får också beaktas vid bedömningen av vad som är måttfullt.

Om flera förmåner erbjuds till en och samma anställd eller uppdragstagare ska dessa förmåner bedömas i ett sammanhang. En förmån som i sig är måttfull är alltså inte måttfull om den tillsammans med andra förmåner riktade till samma mottagare ökar risken för att mottagaren ska påverkas i sitt arbete eller uppdrag.

Evenemang

Generellt sett är det mindre risk för att erbjudandet ska betraktas som otillåtet om det riktas till flertalet personer i det andra företaget än om motsvarande erbjudande riktas till en begränsad krets. Ett evenemang, som riktar sig till en större krets av personer och är till nytta i tjänsten för den som deltar i evenemanget samt i övrigt inte framstår som extravagant, är alltså i normalfallet tillåtet.

Varningsflaggor

Företag ska iaktta särskild försiktighet om:

- förmånen har ett högt värde eller ges frekvent,
- den anställda eller uppdragstagaren erbjuds varor eller tjänster som kan nyttjas privat,
- förmånen i tiden sammanfaller med affärsförhandlingar med mottagarens arbets- eller uppdragsgivare,
- förmånen (av evenemangskaraktär eller liknande) riktas till särskilt utvalda personer,
- förmånen inte är känd för mottagarens chef,
- förmånen initieras av mottagaren,
- förmånen avviker från vedertagna umgängesformer inom näringslivet, eller
- förmånen också innefattar inbjudan av medföljande t ex anhörig eller vän.

8. Otillåtna former av förmåner

Företag får inte lämna, utlova eller erbjuda en förmån till anställda eller uppdragstagare i ett annat företag eller offentliga organ om förmånen avser:

- a) penninggåva, presentkort och liknande som är att jämföra med kontanter,*
- b) penninglån, ställande av säkerhet (borgensåtagande), eftergift av fordring, amortering, ränta och liknande på villkor som inte är marknadsmässiga,*
- c) arbete hos mottagaren eller leverans av varor eller tjänst för privat ändamål och på villkor som inte är marknadsmässiga,*
- d) något som är förenat med villkor om motprestation och inte är godkänt av mottagarens arbets- eller uppdragsgivare,*
- e) dold provision till anställd eller uppdragstagare (dvs. annan än företaget),*
- f) förfogande över fordon, båt, fritidsbostad eller liknande för privat bruk,*
- g) helt eller delvis betald nöjes- eller semesterresa, eller*
- h) erbjudande som ses som allmänt oetiskt t ex besök på porrklubb.*

De förmåner som anges i denna punkt är förmåner som i sig är otillåtna. Någon särskild bedömning om tillåtligheten behöver därför inte göras. Uppräkningen är inte uttömmande. De etiska skäl som ligger bakom förbudet för de uppräknade förmånerna kan göra sig gällande avseende andra liknande förmåner. En bedömning får göras från fall till fall.

II. MOTTAGANDE AV FÖRMÅNER

9. Om mottagande av förmåner

Vad som sagts i denna kod om företags möjligheter att lämna förmåner gäller omvänt i fråga om företags accepterande av att deras arbets- och uppdragstagare tar emot förmåner. Företag ska se till att dess anställda och uppdragstagare redovisar förmåner som riskerar att avvika från denna kod.

Om arbets- eller uppdragstagaren bedömer att en erbjuden förmån kan vara otillåten, ska denne antingen avvisa den direkt eller- innan den tas emot- hänskjuta bedömningen till företagsledningen eller företrädare för denna.

I oförutsedda eller plötsligt uppkomna situationer, där ett omedelbart avböjande av förmånen inte kan komma i fråga då det skulle kunna skada relationen mellan företagen, ska förmånen så snart omständigheterna tillåter redovisas för mottagarens arbets- eller uppdragsgivare för dennes kännedom och hantering.

C. Agenter och andra samarbetspartners

10. Kontroll av agenter och samarbetspartners

Företag ska ha kännedom om och vid behov kontrollera och verifiera integriteten hos agenter och andra samarbetspartners innan avtal sluts eller annat samarbete inleds.

Agenter och andra samarbetspartners anges i koden som ”samarbetspartners”.

Att arbeta med samarbetspartners är ett effektivt och i många fall nödvändigt sätt att utveckla, utöka och bibehålla företagets affärsverksamhet. Om sådana samarbetspartners inte väljs noggrant eller om de agerar otillåtet kan det medföra väsentlig skada för företagets goodwill och föranleda rättsligt ansvar för företaget och dess företrädare. Enligt både svensk och utländsk mutlagstiftning ställs krav på att företag gör tillräckliga kontroller av de personer och organisationer som ska företräda företaget. Om kontrollerna inte är tillräckligt långtgående med hänsyn till omständigheterna kan ansvar för brott uppkomma, t ex för vårdslös finansiering av mutbrott. Allmänt sett bör företaget skaffa sig en god kännedom om alla personer och organisationer företaget ska samarbeta med.

Varningsflaggor

Behovet av att kontrollera integriteten hos en samarbetspartner är av särskild vikt om:

- samarbetspartnern är en agent och ska ersättas med en för agenten inte obetydlig provision,
- samarbetspartnern ska ges långtgående befogenhet att agera för företagets räkning,
- samarbetspartnern ska erhålla pengar i förskott,
- samarbetspartnern kräver ovanligt stor ersättning i förhållande till det arbete som ska utföras,
- samarbetspartnern verkar i en korruptionsutsatt bransch eller i ett korruptionsutsatt område,
- samarbetspartnern önskar att betalning ska erläggas till tredje man, kontant eller till ett annat land än det där samarbetspartnern verkar,
- samarbetspartnern har rekommenderats av en beslutsfattare i ett offentligt organ,
- samarbetspartnern ger ovanligt stora eller frekventa politiska bidrag,
- det som kvalificerar samarbetspartnern är dennes inflytande på eller nära relation till beslutsfattare i ett offentligt organ, eller
- försäljning av företagets produkter/tjänster utgör, eller kommer att utgöra, en stor del av samarbetspartnerns verksamhet.

Nivån på kontrollen bör baseras på en riskbedömning där hänsyn tas till omständigheter såsom art och storlek på affären, korruptionsnivå i aktuell bransch och geografiskt område, samarbetspartners interaktion med offentliga organ eller statsägda bolag m.m.

Om det vid en sådan inledande kontroll framkommer någon omständighet som ger anledning till att ifrågasätta samarbetspartnern ska kontrollen fördjupas och utvidgas. En sådan utvidgad kontroll bör omfatta en analys av samarbetspartnerns ägarstruktur, bakgrund, kvalifikationer samt tekniska och finansiella situation.

Avtal med samarbetspartners ska där det inte är obehövligt innehålla villkor om att samarbetspartnern förbinder sig att inte lämna otillåtna förmåner och att företaget kan frånträda avtalet om samarbetspartnern lämnar sådana förmåner.

11. Arvode

Oavsett vilken form av arvode som betalas till samarbetspartnern ska sådant arvode så långt det är möjligt baseras på objektiva grunder. Arvodet ska motsvara en rimlig och skälig ersättning för de uppgifter samarbetspartnern utför. Betalning i kontanter eller till bank i annat land än där samarbetspartnern är aktiv eller registrerad får endast ske i undantagsfall och bara om det finns affärsmässiga skäl för det.

Arvoden kan beräknas och fastställas på många olika sätt. Det är viktigt att arvode inte utbetalas utan att det går att härleda till vem och varför ersättningen utbetalas. Med att härleda till vem utbetalningen sker avses bl a. att företaget har kännedom om vem den slutliga betalningsmottagaren är. Betalning på annat än sedvanligt sätt ska om det är möjligt undvikas.

Betalning ska i normalfallet ske via bankväsendet till det land där samarbetspartnern verkar eller är registrerad. En samarbetspartner kan ha fullgoda skäl för att använda en bank i ett annat land, t ex om bankväsendet är otillfredsställande i det land där samarbetspartnern verkar. Därför ska undantag från huvudregeln godtas endast om det finns starka affärsmässiga skäl för det. Särskild försiktighet bör iakttas om det gäller kontant betalning.

D. Förebyggande åtgärder

12. Policy

Företag bör anta en policy med åtgärder mot otillåten påverkan. Policyn ska vara anpassad till företagets storlek, art och ägarförhållanden, den verksamhet som bedrivs och risken för otillåten påverkan inom företaget.

Policyn bör lämpligen innehålla ett uttalande om att företaget följer denna kod och kan vidare innehålla riktlinjer för:

- a) analys av risken för muta och korruption och otillåten påverkan inom företaget,
- b) vilka förmåner som företagets anställda får ta emot för egen räkning och hur redovisning till företaget ska ske,
- c) vilka förmåner som företagets representanter får lämna till anställda i andra företag,
- d) beloppsgränser för givande respektive tagande av förmåner,
- e) utbildning av anställda avseende policyns innehåll och tillämpning,
- f) vem eller vilken avdelning som svarar för företagets policy och till vem företagets anställda kan vända sig för rådgivning eller för att lämna upplysningar om misstänkta oegentligheter,
- g) hantering av risken för att samarbetspartners lämnar förmåner i strid med denna kod, eventuella branschregler som företaget anslutit sig till, yrkesregler eller företagets egna policy,
- h) hur koncernföretag i utlandet ska förhålla sig i frågor som berörs av denna kod,
- i) hur policyn ska implementeras,
- j) översyn av policyn,
- k) uppföljning av att policyn efterlevs, och
- l) verktyg för att hålla policyn levande inom organisationen.

Såvitt avser policyns närmare innehåll är det varje företags ansvar att anpassa policyn efter sina egna behov. Den centrala frågan för policyns innehåll är vilka risker det individuella företaget står inför. Vid antagandet av en policy ska därför särskild uppmärksamhet fästas vid att identifiera de risker som föreligger för företaget.

E. Förvaltning av koden

13. Denna kod förvaltas av Institutet Mot Mutor

Ikraftträdande

Koden fastställdes första gången av styrelsen för Institutet Mot Mutor den 31 augusti 2012 med verkan från den 1 september 2012.

Denna reviderade kod träder i kraft den 20 november 2014.

FRÅGOR OCH BESTÄLLNING AV MATERIAL

För mer information om IMMs skrifter och material gå in på
www.institutetmotmutor.se – under fliken ”Litteratur”.

Har du allmänna frågor och problem när det gäller att avgöra om en förmån är tillbörlig eller riskerar att bli bedömd som en lagstridig muta eller korruptiv marknadsföringsåtgärd kan du vända dig till *Institutet Mot Mutor*.

Institutets kansli finns hos Stockholms Handelskammare.

Kontaktperson: Helena Sundén, Generalsekreterare

Adress: Box 16050, 103 21 Stockholm

Tel: 08-555 100 45

E-post: info@institutetmotmutor.se

Hemsida: www.institutetmotmutor.se

