



Kod om gåvor, belöningar och
andra förmåner i näringslivet

1 september 2012



Förord

Institutet Mot Mutor (IMM), som grundades 1923, har sedan sin tillkomst verkat för självreglering som medel att bekämpa korruption i samhället. Näringslivet har på så vis varit pådrivande i kampen mot mutor och bestickning 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).

Inom ramen för utredningen utarbetades Kod om gåvor, belöningar och andra förmåner i näringslivet ("Näringslivskoden"). I den nämnda propositionen framhålls den betydelse som uppförandekoder kan ha bl.a. för bedömningen av vad som är otillbörligt och därmed kan vara straffbart. Det exempel på en sådan kod som nämns i propositionen (s. 21) är den här framlagda koden som alltså ska ses som ett komplement till lagstiftningen.

Brottsbalkens regler om mutbrott är allmänt hållna och svårtolkade trots den reformering som skett; koden fyller ut lagregleringen och förtydligar denna. 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 följt koden ska kunna räkna med att förfarandet är straffritt. Som en följd av kodens ikraftträdande upphör IMM:s "Vägledande etiska regler" 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.

Stockholm i augusti 2012
Claes Sandgren
Ordförande



Kod om gåvor, belöningar och andra förmåner i näringslivet (Näringslivskoden)

SYFTE

Denna kod har till syfte att vägleda företag i frågor om hur gåvor, belöningar och andra förmåner i näringslivet får användas för att främja företagets verksamhet. Med stöd av koden ska företag kunna bedöma vad som utgör en tillåten förmån, vad som kan utgöra en otillåten förmån och hur företag bör förhålla sig för att inte bryta mot god sed i affärlivet.

Avsikten med koden är även:

- 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 innebärande att alla marknadsaktörer konkurrerar 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 otillbörliga 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 ska behöva riskera att bryta mot mutlagstiftningen. Om någon däremot avviker från koden innebär det inte med nödvändighet att agerandet är straffbart för den som erbjudit eller tagit emot förmånen.

Koden utgör en ram för hur företag ska förhålla sig till förmåner i näringslivet. Den kompletteras av branschregler och liknande regler om sådana finns eller tas fram.

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, har en aktiv kundfrämjande roll för ett företag gentemot tredje man, inklusive personer som för egen räkning säljer företagets produkter.
- ”Annat 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 ägs av offentligrättsliga subjekt omfattas av begreppet. (Avser mottagarsidan.)
- ”Attitydpåverkande” Handlande som typiskt sett fungerar relationsfrämjande men inte påverkar vare sig beslut eller beteenden.
- ”Beteendepåverkande” Handlande som typiskt sett påverkar beslut eller sättet att fullgöra arbetsuppgifter.
- ”Företag” Ett företag enligt p. 2 i koden. Företag som bedriver näringsverksamhet och som ägs av offentligrättsliga subjekt omfattas av begreppet.
- ”Förmån” En gåva, belöning eller motsvarande som kan vara av materiellt eller immateriellt slag och ha ett värde för mottagaren.
- ”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.
- ”Näringsliv” Sammanfattande begrepp för företag som bedriver näringsverksamhet, oavsett om ägandet är privat eller offentligt.
- ”Offentliga organ” Offentligrättsliga subjekt som utövar offentlig verksamhet. Det avser bland annat riksdag, regering, myndigheter, domstolar, kommuner, landsting, regioner och kommunalförbund. Definitionen omfattar inte privaträttsliga subjekt, t.ex. aktiebolag, som ägs av offentliga organ.
- ”Otillbörligt” Det som ur ett allmänt perspektiv är att betrakta som oönskat eller är illojalt mot mottagarens arbets- eller uppdragsgivare eller annan.

”Uppdragstagare”

Den som har åtagit sig att utföra ett uppdrag för någon annans räkning och inte är anställd av denne (avser mottagarsidan).

A. TILLÄMPNINGSSOMRÅDE

1. Koden omfattar alla slags gåvor, belöningar och andra förmåner.

Även förmåner utan ekonomiskt värde omfattas av koden. Det kan t.ex. avse ett medlemskap i en exklusiv klubb, en prestigefylld utmärkelse och förmåner som utan att ha ett ekonomiskt värde har ett personligt värde för mottagaren.

2. 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. Filialer ”smittar” således inte företag utomlands.

3. 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 koncernföretag i utlandet följer denna kod, eller värderingarna i denna. Det kan förekomma att motsvarande kod antagits i det land där koncernföretaget finns och att koncernföretaget därigenom omfattas av en sådan kod. Det kan också tänkas att koden i något avseende avviker från vad som är möjligt i det andra landet.

B. OM FÖRMÅNER

OTILLÅTNA FÖRMÅNER

4. Företag får inte lämna, utlova eller erbjuda en otillbörlig förmån för utövningen av anställningen eller uppdraget avseende myndighetsutövning eller offentlig upphandling.

Myndighetsutövning och offentlig upphandling styrs av noggranna och för en rättsstat väsentliga regelsystem. Det är under inga förhållanden tillåtet att lämna, utlova eller erbjuda en förmån som typiskt sett kan påverka tillämpningen av ett sådant regelsystem. En sådan förmån är alltid otillbörlig.

Förmånen behöver inte lämnas till den som ska bedriva myndighetsutövningen eller den offentliga upphandlingen för att vara otillåten. Förmånen kan även riktas till annan, t.ex. beslutsfattarens kollega eller make för att han eller hon ska påverka annans beslut eller åtgärd vid myndighetsutövning eller offentlig upphandling, s.k. handel med inflytande.

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

5. Företag får inte lämna, utlova eller erbjuda en otillbörlig förmån till anställda eller uppdragstagare i myndigheter eller andra offentliga organ för utövningen av anställningen eller uppdraget.

För anställda och uppdragstagare inom offentliga organ gör sig särskilda skyddsintressen gällande. Det finns därför särskild anledning att iakttä försiktighet när det gäller förmåner lämnade till sådana personer.

Alla förmåner som är beteendepåverkande ska i normalfallet bedömas som otillåtna. En attitydpåverkande förmån som överensstämmer med vad som anses som vedertagna umgängesformer mellan näringslivet och offentliga organ är i normalfallet tillåten. Vid utländska förhållanden får särskild hänsyn tas till vad som lokalt anses som vedertagna umgängesformer mellan näringslivet och offentliga organ.

Frågan om en förmån är otillbörlig 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 värde (ekonomiskt eller personligt värde) och frekvensen av förmåner till en anställd eller uppdragstagare. I allmänhet ska därför försiktighet iakttas när det gäller förmåner av inte oansenligt värde, förmåner som förekommer frekvent och förmåner med personligt värde. Förmånens värde bör även vara rimligt i förhållande till vad som är avsikten med förmånen (proportionellt).

Mottagarens position

Det är betydelsefullt vilken anställning eller vilket uppdrag mottagaren av förmånen har. Om den anställda eller uppdragstagaren arbetar med myndighetsutövning eller offentlig upphandling intar denne en särställning och särskild försiktighet bör därför iakttas när förmåner lämnas till sådana personer. Att erbjuda förmåner till anställda i offentliga organ som beslutar i pågående ärenden vid myndighetsutövning eller offentlig upphandling rörande företaget är otillåtet.

Förmånens art

Risken för att en förmån är att bedömas som otillbörlig ökar ju svagare anknytningen är till mottagarens arbetsuppgifter. Det är alltså betydelsefullt att 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 ingår.

Mottagarkretsen och formerna för erbjudandet av förmånen

En förmån av evenemangskaraktär bör om möjligt 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 det offentliga organet, vara eller antas vara godkänd av det offentliga organet, eller vara förenlig med det offentliga organets etablerade policy i fråga om förmåner.

Varningsflaggor

Företag bör iakttä särskild försiktighet:

- Om förmånen har ett högt värde eller ges frekvent.
- Om mottagaren av förmånen har arbetsuppgifter som innefattar myndighetsutövning eller offentlig upphandling.
- Om förmånen inte har ett tydligt samband med mottagarens arbete eller uppdrag
- Om förmånen inte ingår som ett naturligt och nyttigt led i mottagarens arbete eller uppdrag.
- Om den anställda eller uppdragstagaren bjuds in till evenemang med privat sällskap.
- Om förmånen (av evenemangskaraktär eller liknande) riktas till särskilt utvalda personer.
- Om förmånen inte lämnas öppet.
- Om förmånen är oproportionerlig i förhållande till syftet med förmånen.
- Om förmånen avviker från vedertagna umgängesformer mellan näringslivet och offentliga organ.
- Om förmånen initieras av mottagaren.

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

- a) Penninggåvor och liknande.
- b) Penninglån, ställande av säkerheter, eftergifter av fordringar och liknande på villkor som inte är marknadsmässiga.
- c) Arbete hos mottagaren eller leverans av varor eller tjänster för privat ändamål och på villkor som inte är marknadsmässiga.
- d) Förmåner som är förenade med villkor att utföra något för givaren och som inte är godkända av arbets- eller uppdragsgivaren.
- e) Dold provision eller kickback till anställd eller uppdragstagare (dvs. annan än företaget).

De förmåner som anges i denna punkt är förmåner som i sig är sådana att de inte är tillåtna. Någon särskild otillbörlighetsbedömning behöver därför inte göras. Uppräkningen är inte uttömmande.

TILLÅTNA FÖRMÅNER

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

- a) Det sker öppet,
- b) förmånen är måttfull, och
- c) förmånen inte heller i övrigt är sådan att den typiskt sett kan anses vara beteendepåverkande för den anställdes eller uppdragstagarens sätt att fullgöra sina arbetsuppgifter eller uppdrag.

Den allmänna utgångspunkten är att en förmån är tillåten om den är måttfull och lämnas öppet. Förmåner som har ett funktionellt eller socialt berättigande och som kan ses som ett naturligt led i vedertagna umgängesformer inom näringslivet är normalt sett tillåtna. Vid utländska förhållanden får särskild hänsyn tas till vad som lokalt anses som vedertagna umgängesformer inom näringslivet.

Öppenhet

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

Måttfullhet

Kravet på måttfullhet innebär att förmånen typiskt sett 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 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 typiskt sett framstår som beteendepåverkande för mottagaren.

Även om en förmån är måttfull och lämnas öppet kan den vara otillbörlig. Det kan t.ex. röra sig om oetiska förmåner.

Evenemang

Vid bedömning av om ett evenemang (event) riktat till en viss krets av personer är tillåtet eller inte ska inledningsvis punkterna 7 a–c ovan beaktas. Generellt sett är det mindre risk för att erbjudandet ska betraktas som otillbörligt om det riktas till ett flertal personer än om motsvarande erbjudande riktas till en begränsad krets. Är parterna i affärsförhandlingar alternativt befinner sig inför sådana bör man vara mer återhållsam med sådana evenemang. Ett evenemang som riktar sig till en större krets av personer, som är till nytta i tjänsten för den som deltar i evenemanget och i övrigt inte är extravagant är i normalfallet tillåtet.

Varningsflaggor

Företag bör iaktta särskild försiktighet:

- Om förmånen har ett högt värde eller ges frekvent.
- Om den anställde eller uppdragstagaren erbjuds varor eller tjänster som kan nyttjas privat.
- Om förmånen i tiden sammanfaller med affärsförhandlingar med mottagaren.
- Om förmånen (av evenemangskaraktär eller liknande) riktas till särskilt utvalda personer.
- Om förmånen inte är kända för mottagarens chef.
- Om förmånen avviker från vedertagna umgängesformer inom näringslivet.

MOTTAGANDE AV FÖRMÅNER

- 8. Vad som sagts i denna kod om företags möjligheter att lämna förmåner, gäller också vad företag får tillåta anställda och uppdragstagare att ta emot som förmåner. Företag bör se till att dess anställda eller uppdragstagare till företaget redovisar förmåner som riskerar att avvika från denna kod.**

En förmån som redovisas av mottagaren till sin arbets- eller uppdragsgivare är typiskt sett inte beteendepåverkande för mottagaren. Därför bör förmåner som riskerar att vara otillåtna redovisas av den anställda eller uppdragstagaren till företaget för en bedömning av om förmånen får tas emot eller behållas.

Om någon tar emot en förmån och utan onödigt dröjsmål redovisar förmånen för företaget ska mottagaren inte anses ha brutit mot denna kod.

Förmåner som är godkända enligt företagets policy eller i övrigt är tillåtna enligt denna kod och eventuella branschregler, omfattas inte av kravet på redovisning.

A. AGENTER OCH ANDRA SAMARBETSPARTNERS

9. Företag ska vid behov kontrollera 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 agerar otillbörligt kan det medföra väsentlig skada för företagets goodwill och kan föranleda rättsligt ansvar för företaget och dess företrädare.

De allra flesta samarbetspartners svarar själva för sin verksamhet och det torde saknas behov av att genomföra någon särskild kontroll av företaget.

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

Kontrollen bör inledningsvis inriktas på samarbetspartners eventuella policy avseende motverkande av korruption, samt om samarbetspartnern tidigare förekommit i korruptionssammanhang. Om det vid en sådan inledande kontroll framkommer någon omständighet som ger anledning till att ifrågasätta samarbetspartnern bör kontrollen utvidgas.

En sådan utvidgad kontroll bör omfatta en analys av samarbetspartners ägarstruktur, bakgrund, kvalifikationer, tekniska och finansiella situation.

Avtal med samarbetspartners bör i lämpliga fall innehålla villkor om att samarbetspartnern förbinder sig att inte lämna otillbörliga förmåner och att företaget kan frånträda avtalet om samarbetspartnern lämnar otillbörliga förmåner.

10. Oavsett vilken form av arvode som betalas till samarbetspartnern ska sådant arvode så långt det är möjligt baseras på objektiva grunder. Arvodet bör 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 bör undantag från huvudregeln godtas endast om det finns affärsmässiga skäl för det. I särskilda fall kan kontant betalning godtas.

B. ÅTGÄRDER FÖR ATT FÖREBYGGA MUTBROTT OCH OTILLBÖRLIG PÅVERKAN

11. Företag bör om det behövs för verksamheten anta en policy med åtgärder mot otillbörlig påverkan. Policyn ska vara anpassad till företagets storlek, art och ägarförhållanden, den verksamhet som bedrivs och risken inom företaget för otillbörlig påverkan. Policyn kan innehålla:

- a) Ett uttalande att företaget följer denna kod.
- b) Riktlinjer för vilka förmåner som företagets anställda får ta emot för egen räkning och hur redovisning till företaget ska ske.
- c) Riktlinjer för vilka förmåner som företagets representanter får lämna till anställda i andra företag.
- d) Riktlinjer för identifiering och analys av risken för mutbrott och otillbörlig påverkan inom företaget.
- e) Riktlinjer för utbildning av anställda.
- f) Riktlinjer för 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) Riktlinjer för att minska risken för att samarbetspartners lämnar förmåner i strid med denna kod, eventuella branschregler som företaget anslutit sig till, yrkesregler eller företagets egna policy.
- h) Riktlinjer för hur koncernföretag i utlandet ska förhålla sig i frågor som berörs av denna kod.
- i) Riktlinjer för hur policyn ska implementeras.
- j) Riktlinjer för översyn av policyn.

Många företag i det svenska näringslivet är så små att det saknas behov av att ha en policy som är individuellt anpassad till företaget. Såvitt avser policyns närmare innehåll är det upp till varje företag 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 bör därför särskild uppmärksamhet fästas vid att identifiera de risker som föreligger för företaget.

12. Företag bör 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 långtgående än kodens regler. De företag som omfattas av sådana regler bör alltså tillämpa dessa.

E. FÖRVALTNING AV KODEN

13. Denna kod förvaltas av Institutet Mot Mutor.

Ikraftträdande

Koden är fastställd av styrelsen för Institutet Mot Mutor den 31 augusti 2012.

Denna kod träder i kraft den 1 september 2012.