

## Etiknämndens beslut 2014:5

Stockholm 2014-10-09

### ÄRENDET

Ett företag planerar att bjuda in befintliga och potentiella kunder från hela världen till visning av företagets verksamhet i Sverige i samband med skid-VM 2015. Företaget, kunderna och de potentiella kunderna tillhör alla den privata sektorn. Företaget planerar att stå för samtliga kostnader i samband med resan till Sverige, som ska sträcka sig över fem dagar.

Företaget ställer frågan till Etiknämnden om det är förenligt med Näringslivskoden att bjuda in befintliga och potentiella nya kunder till visning av företagets verksamhet i Sverige och att samtidigt låta kunderna se på skid-VM i Falun. Företaget planerar att stå för samtliga kostnader i samband med besöket (dvs. kostnad för resa, mat och hotell samt entré till skidtävlingarna). Det anges att syftet med resan är att få visa företagets svenska verksamhet samt förmedla en positiv bild av Sverige.

Två eftermiddagar i Sverige kommer att ägnas åt att visa företagets verksamhet efter en detaljerad agenda och två dagar kommer ägnas åt fria aktiviteter inne på skidområdet i Falun. Den femte dagen är resdag.

Inbjudan till eventet avseende befintliga kunder ställs direkt till existerande kontaktpersoner i företagen. Avseende potentiella nya kunder ställs inbjudan direkt till verksamheten.

Etiknämnden grundar sin bedömning på den information – bl.a. en agenda för evenemanget – som företaget lämnat i framställningen till nämnden.

### ÖVERVÄGANDE

Vad nämnden har att ta ställning till är om det är fråga om tillåtna förmåner enligt punkten B 7 i Näringslivskoden. Enligt den punkten får företag lämna, utlova eller erbjuda en förmån till anställda 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. Ett handlande är enligt Näringslivskoden beteendepåverkande om det typiskt sett påverkar beslut eller sättet att fullgöra arbetsuppgifter.

### Öppenhet

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

I det aktuella fallet skickas inbjudan direkt till befintlig kontaktperson hos de företag som är existerande kunder varför kravet på öppenhet i relation till existerande kunder inte anses vara uppfyllt.

När det gäller inbjudan till potentiella kunder ställas inbjudan direkt till verksamheten som beslutar vem som eventuellt ska medverka. Kravet på öppenhet är därmed uppfyllt avseende inbjudan till potentiella kunder.

### Måttfullhet

Kravet på måttfullhet innebär att förmånen typiskt sett inte får framstå som beteendepåverkande för mottagaren. Förmånens ekonomiska eller personliga värde ska 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.

Det inbjudande företaget beskriver syftet med resan som en möjlighet att visa på företagets verksamhet samt förmedla en positiv bild av Sverige.

Förmånens utformning framgår av agendan. Samtliga aktiviteter under de fem dagarna är integrerade och agendan utformad på ett sätt så att visning och skid-VM inte går att separera. Resan inleds med att samtliga inbjudna deltagare reser tillsammans till en av verksamhetens anläggningar för middag dag 1 och efter gemensam lunch ägnar eftermiddagen åt visning av verksamheten efter en detaljerad agenda, följt av gemensam middag. Dag två består av resa till Falun, gemensam lunch, följt av fria aktiviteter i Falun som avslutas med gemensam middag. Dag tre består av fria aktiviteter på skidanläggningen i Falun fram till gemensam middag på kvällen. Dag 4 består i resa till en annan del av företaget under förmiddagen, lunch, visning av företagets verksamhet efter detaljerad agenda under eftermiddagen samt gemensam middag på kvällen. Dag fem består av återresa för samtliga deltagare.

Den totala kostnaden för resan varierar enligt företaget då de inbjudna företagen finns i hela världen.

Etiknämnden konstaterar att besöket i Sverige består i visning av verksamhet och fria aktiviteter i samband med skid-VM. Besöket har inte ett renodlat professionellt inslag och de aktiviteter som genomförs avseende visning av verksamheter och rena nöjesinslag är tätt sammankopplade.

Kostnaden för resan kan beroende på vilket land de tillresande kunderna kommer ifrån ses som hög. Syftet med resan är både att visa företagets verksamhet och förmedla den positiva bilden av Sverige.

Majoriteten av tiden i Sverige, är utifrån den beskrivning som lämnats, avsedd till nöjesinslag. Även om den del som avser visning av verksamheten följer en detaljerad agenda så ses inbjudan utifrån nämndens sammantagna bedömning som extravagant.

Resan i sig överskrider vad som kan ses som måttfullt.

### Evenemang

Enligt Näringslivskoden ska vid bedömningen av om ett evenemang (event) riktat till en viss krets av personer är tillåtet eller inte punkterna B 7 a-c inledningsvis beaktas. Generellt sett är det mindre risk för att erbjudandet ska betraktas som otillbörligt om det riktas till ett flertal personer än om erbjudandet 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 riktas till en större krets av personer, som är av nytta i tjänsten för den som deltar i evenemanget och i övrigt inte är extravagant är i normalfallet tillåtet.

Erbjudandet riktas sig, utifrån den beskrivning som har givits, till befintliga och potentiella kunder och ställs direkt till enskilda anställda hos befintliga kunder och till verksamheten i stort avseende potentiella kunder. Inbjudan som riktas direkt till anställda uppfyller inte kravet på öppenhet. Inbjudan som ställs direkt till verksamheten uppfyller kraven på öppenhet Näringslivskoden.

### Sammanfattande bedömning

Fabriksbesöket har både ett professionellt innehåll av renodlad verksamhetsrelevans med en transparent agenda och ett övervägande inslag av nöje.

Etiknämndens sammantagna bedömning är att resan i sig kan ses som beteendepåverkande och att erbjudandet – såsom det är utformat- inte är förenligt med Näringslivskoden.

Nämnden vill betona att det är varje företag som beslutar om det är förenligt med företagets policy att delta i resan till Sverige. Nämnden har endast att ta ställning till om ett agerande är förenligt med Näringslivskoden.

**ETIKNÄMNDENS BESLUT**

Erbjudandet om fabriksbesöket är, i den utformning det beskrivits för nämnden, inte förenligt med Näringslivskoden.

-----  
**I behandling av detta ärende har deltagit ledamöterna;** Severin Blomstrand (ordförande), Carl Olof Blomqvist, Lisbeth Kohls, Ulf Wallin, Madeleine Leijonhufvud, Anders Wiger, Åke Rådberg, Michaël Koch.

**Föredragande:** Helena Sundén

**Sekreterare:** Teija Peltonen

På Etiknämndens vägnar



Severin Blomstrand



Helena Sundén