

Retningslinjer for bekjempelse av korrupsjon i Storebrand-konsernet 2019

Gjelder for	Alle ansatte, vikarer og innleid arbeidskraft
Besluttet av	Compliance Konsern
Besluttet dato	12.3.2019
Dokumenteier	Compliance Konsern

Formål og prinsipper

Dette dokumentet beskriver Storebrand- konsernets retningslinjer for bekjempelse av korrupsjon. Hensikten med retningslinjene er å øke bevisstheten om korrupsjon og å sette medarbeiderne i konsernet i stand til å identifisere korrupsjon. Dokumentet skal også være retningsgivende for hvordan korrupsjon kan bekjempes. Retningslinjene er i samsvar med konsernets etiske regler og inngår som en del av bærekraftarbeidet. Storebrand setter klare krav til adferd hos ansatte og samarbeidspartnere. I tillegg til interne retningslinjer og regler, setter straffelovens korrupsjonsbestemmelser (straffeloven av 2005, §§387-389)¹ de ytre rammene for lovlige aktiviteter.

Konsernets ledere skal sørge for at medarbeiderne kjenner til retningslinjene. Den enkelte medarbeider er selv ansvarlig for å sette seg inn i og følge disse. Compliance-funksjonen er ansvarlig for å utarbeide og gjøre materiell tilgjengelig for å øke kunnskap og bevissthet rundt retningslinjene.

Bakgrunn

Storebrand driver en virksomhet som er avhengig av tillit fra kunder, myndigheter, aksjonærer og samfunnet for øvrig. Tillit er avhengig av profesjonalitet og dyktighet, og at alle ansatte holder et høyt etisk nivå. Dette gjelder både for konsernets forretningsdrift og handlemåten til hver enkelt av oss. Det forventes derfor at alle opptrer med aktsomhet, redelighet og objektivitet, og avstår fra handlinger som kan svekke tilliten til konsernet. Ledere må i særlig grad være aktsomme og fremstå som gode eksempler for andre.

Hva er korrupsjon?

Korrupsjon er å misbruke sin stilling for å oppnå personlige eller forretningsmessige fordeler for seg selv eller andre. Korrupsjon er forbudt ved lov. I den norske straffeloven omfatter definisjonen av korrupsjon både aktiv og passiv korrupsjon, samt påvirkningshandel. Aktiv korrupsjon er når noen tilbyr en annen en utilbørlig fordel i anledning av stilling, verv eller oppdrag. Passiv korrupsjon er når noen krever, mottar eller aksepterer et tilbud om utilbørlig fordel i anledning stilling, verv eller oppdrag. Påvirkningshandel er når noen mottar, aksepterer, gir eller tilbyr en utilbørlig fordel for å påvirke utføringen av stilling, verv eller oppdrag. En fordel er alt som mottakeren kan se seg tjent med eller kan ha nytte av, og trenger ikke være penger eller verdigjenstander. Eksempelvis kan konsertbilletter, gaver til veldedige organisasjoner, reiser, kontrakter og oppdrag være slike fordeler. En fordel er utilbørlig dersom forholdet er klart klanderverdig.

Hva som er utilbørlig avgjøres på bakgrunn av:

- ytelsens formål og art
- stilling/posisjon giveren har
- stilling/posisjon mottakeren har
- ytelsens verdi
- hvorvidt arbeidsgiver/oppdragsgiver er informert
- hvorvidt interne retningslinjer brytes

¹ i den svenske lovgivningen henvises til svenske brottsbalkens 10 kap 5§ a och b

Generelle retningslinjer

Ingen må motta fordeler fra konsernets forbindelser, så som gaver, rabatter, reiser eller bonus ved private innkjøp, låneopptak eller lignende. Dette gjelder også ansattes nærstående, dersom fordelen har sin bakgrunn i ansettelsesforholdet. Unntatt fra denne regelen er fordeler konsernet har oppnådd for alle ansatte i hele eller deler av et land vi har virksomhet i.

Gaver

Ved spesielle anledninger er det likevel tillatt å motta oppmerksomhetsgaver av begrenset verdi. Gave med antatt verdi over 500 NOK/500 SEK, skal rapporteres til overordnet, som basert på sak og situasjon avgjør om den kan beholdes. Interne gaver omfattes av eget regelverk i personalhåndboken.

Gaver som gis på vegne av konsernet skal ha et nøkternt nivå, og ikke overstige verdigrensen for hva vi har lov til å motta (se over). Konsernets motiver og mottakers integritet må ikke kunne trekkes i tvil. Ingen må gi gaver eller andre fordeler på vegne av konsernet i den hensikt å oppnå gjenytelser til egen fordel.

Arrangementer

Arrangementer i regi av Storebrand-konsernet skal preges av nøkternhet og ha et relevant faglig innhold.

Se Retningslinjer for arrangementer i regi av Storebrand-konsernet for mer detaljert informasjon.

Åpenhet

Storebrand-konsernets virksomhet skal preges av åpenhet. For å sikre etterprøvbarhet og transparens skal ansatte være åpne om sine handlinger når de representerer Storebrand-konsernet.

Retningslinjene for bekjempelse av korrupsjon er ment som et retningsgivende verktøy, men sier ikke noe om hva som er rett og galt i alle situasjoner. Ved tvil om hva som er lovlig eller innenfor retningslinjene, skal du ta problemstillingen opp med overordnede, tillitsvalgt, HR eller Compliance-funksjonen.

Varsling

Varsling er å gå videre med kritikkverdige forhold til noen som kan gjøre noe med det. Dersom du mistenker at en kollega begår en kriminell handling har du plikt til å varsle om dette.

Se Retningslinjer for varsling i Storebrand-konsernet for mer informasjon.

Andre regelverk og retningslinjer

Korrupsjon er også behandlet i dokumentet Etikk i Storebrand, konsernets Sourcing-regler og i Storebrand Group Sustainability Investment Policy.

Sanksjoner

Overtredelse av Storebrands retningslinjer vil få konsekvenser i henhold til sanksjonsmatrisen under. Sanksjoner skal følge de føringer som legges i arbeidsmiljøloven og gjeldende tariff- avtaler. Storebrands rutiner knyttet til utøvelse av sanksjoner skal ivaretas. Alle sanksjoner skal være vurdert av HR partner før iverksettelse. Alle reaksjoner og behandlingen av disse skal følge hovedprinsippene i Storebrands personalhåndbok.

Kontrollspørsmål

Følgende kontrollspørsmål kan være til hjelp dersom du er usikker på hvorvidt du kan delta på et arrangement, godta en invitasjon eller ta imot en gave. Vær oppmerksom på at dette ikke er en uttømmende liste, men kun et retningsgivende verktøy. Hvis du er i tvil – diskuter med din leder, konsernjuridisk, HR partner eller Compliance-funksjonen. Spørsmålene er også relevante som om gaven eller fordelene har en verdi under 500 NOK/SEK.

I alle saker er åpenhet og transparens viktige prinsipper.

1. **Tåler dette forholdet dagens lys?**

Er du villig til å forsvare forholdet offentlig? Er det i orden for deg å fortelle om det til dine nærmeste?

Dette kalles offentlighetsprinsippet. Hvis svaret er nei på ett eller flere av spørsmålene, bør du tenke deg godt om. Det kan være du er i ferd med å ta en uklok og uriktig beslutning og at du derfor bør snu.

2. **Gis gaven/invitasjonen i full åpenhet?**

Dersom svaret er nei, skal du ikke delta på arrangementet/godta invitasjonen/ ta imot gaven. Du bør også orientere leder om situasjonen.

3. **Ville jeg fått tilbud om dette hvis jeg hadde en annen stilling?**

Dersom svaret er nei, bør du tenke deg godt om. I noen situasjoner er det helt i orden å ta imot tilbudet likevel. Det er imidlertid viktig at du er åpen om forholdet, og snakker med andre. Ved tvil bør du ta saken opp med leder.

4. **Hva er formålet med gaven/ invitasjonen?**

Her er det ingen klare regler for hva som er rett og galt. Spørsmål du bør stille deg er om det forventes gjennyttelse, om gaven/invitasjonen gis direkte til deg eller til selskapet, om gaven/invitasjonen gis skjult eller åpent, og om du er i en tilbuds- eller forhandlingssituasjon.

Dersom du synes formålet med gaven/ invitasjonen er mistenkelig, bør du takke nei. Det er viktig at du er åpen og snakker med andre om den. Ved tvil bør du ta saken opp med leder.

5. **Er vi i en tilbuds-/forhandlingssituasjon?**

Dersom vi er i en tilbuds- eller forhandlings situasjon med avsenderen av gaven/ invitasjonen, bør du være svært forsiktig med hva du takker ja til. Å ta imot en gave/invitasjon fra noen vi er i en tilbuds- eller forhandlingssituasjon med, kan lett oppfattes som smøring eller såkalt påvirkningshandel. I en slik situasjon skal du alltid ta saken opp med leder. Tilsvarende gjelder også ved å gi gaver eller invitasjoner til kunder vi er i en anbudssituasjon med.

6. **Gis gaven/invitasjonen til én person eller til selskapet?**

Gaver/invitasjoner som er rettet mot en spesiell person er ofte mer mistenkelige enn gaver/invitasjoner som går til selskapet. Spør deg selv hvorfor gaven/invitasjonen går til deg personlig og ikke til selskapet. Hva er formålet med gaven/invitasjonen? I en slik situasjon bør du være åpen om forholdet og snakke med andre. Dette gjelder selv om gaven/invitasjonen går til selskapet og ikke deg personlig.

7. **Gis gaven/invitasjonen til mange eller bare til én?**

Dersom gaven/invitasjonen gis til bare én person, er forholdet som hoved regel mer mistenkelig enn om den gis til flere. Her er det uansett viktig å være åpen om situasjonen og snakke med andre. Dersom det er kun du som mottar gaven/invitasjonen, bør du ta det opp med sjefen din.

8. **Forventes gjenytelse?**

Dersom svaret er ja, bør du som hovedregel takke nei til invitasjonen/gaven. Hvis du er usikker, kan du ta saken opp med leder.

9. **Betydelig - ubetydelig verdi?**

Dersom verdien er betydelig, skal du som hovedregel takke nei. Hvis du likevel er usikker, kan du ta saken opp med leder, som basert på sak og situasjon vurderer hvorvidt du kan beholde gaven/ takke ja til invitasjonen.

Som hovedregel vil du måtte takke nei.

10. **Kunne vi gitt en gave av samme verdi? Kunne vi gitt en tilsvarende invitasjon?**

Dersom svaret er nei, skal du ikke ta imot gaven/akseptere invitasjonen. Ved tvil bør du ta saken opp med leder.

Dersom svaret er ja, kan du stille deg selv de andre kontrollspørsmålene.

11. **Leveres gaven hjem eller på jobben?**

Dersom gaven leveres hjem med det formål å holde den skjult, skal du takke nei.

12. **Hvem betaler reise og opphold?**

Reise i forbindelse med arbeid skal alltid dekkes av Storebrand. Oppholdskostnader kan dekkes av den som inviterer dersom formålet med invitasjonen er opplæring, men i alle andre tilfeller skal også opphold dekkes av Storebrand. Er du i tvil, bør du diskutere saken med leder.

13. **Er faglig innhold av tilstrekkelig kvalitet og relevans?**

Dersom svaret er nei, skal du takke nei til invitasjonen. Ved tvil kan du ta saken opp med leder. Dersom det er Storebrand som inviterer må vi også sikre at invitasjonen inneholder tilstrekkelig faglig innhold.