



# God marknadsföringspraxis inom VA- och VVS-branschen

*Etiska spelregler för gemensamma marknadsföringsaktiviteter*



# God marknadsföringspraxis inom VA- och VVS-branschen

## *Etiska spelregler för gemensamma marknadsföringsaktiviteter*

Dokumentet är upprättat i samverkan mellan Svenska Rörgrossistföreningen VVS och VVS-Fabrikanternas Råd. Organisationernas medlemmar förväntas leva upp till spelreglerna för främjandet av en god marknadsföringskultur inom VA- och VVS-branschen.

Anledningen till dokumentet är att de två branschorganisationerna har enats om att i de fall företag inom VA- och VVS-branschen agerar gemensamt i marknadsföringsaktiviteter så skall total öppenhet råda när det gäller aktivitetens innehåll och ekonomi. Detta innebär bland annat att aktivitetens upplägg och beräknade kostnader görs kända i förväg och att en uppföljning redovisas efter aktivitetens genomförande. Företag i branschen förväntas uppträda och handla på ett sådant sätt att de utgör en respekterad del av svenskt näringsliv. Spelreglerna är indelade i två avsnitt där den första

delen behandlar de etiska riktlinjer som ligger till grund för del två. Del två redogör för några viktiga principer gällande gemensamma marknadsföringsaktiviteter. De två avsnitten bildar tillsammans något som branschen valt att kalla "God marknadsföringspraxis inom VA- och VVS-branschen". Spelreglerna bygger på anvisningar från Samhällsbyggnadssektorns Etiska Råd, Internationella Handelskammaren, ICC, samt Institutet mot Mutor, IMM.

Hela detta dokument kommer att finnas tillgängligt för utskrift och nedladdning på organisationernas hemsidor (se [www.vvsfabrikanterna.se](http://www.vvsfabrikanterna.se) eller [www.rgf.se](http://www.rgf.se)).

Stockholm den 2 mars 2010



Hans Ewander



Raivo Viask



Svenska Rörgrossistföreningen VVS

# 1) Etiska riktlinjer för VA- och VVS-branschen

Syftet med de etiska riktlinjerna i detta dokument är att säkerställa att gemensamma aktiviteter inom såväl marknadsföring som övrig verksamhet skall vara:

- **Lagliga**, d v s vara förenlig med gällande svensk lagstiftning om konkurrens, bestickning och marknadsföring samt gällande rättspraxis.
- **Hederliga**, d v s företagens utfästelser och åtgärder skall vara att lita på.
- **Vederhäftiga**, d v s marknadsföringen skall inte bara vara formellt riktig och korrekt utan också utformad på ett sådant sätt att den inte vilseleder.

Marknadsaktiviteten skall även utformas med vederbörlig känsla av socialt och yrkesmässigt ansvar samt ej utformas på ett stötande sätt.

För att uppnå syftet har VA- och VVS-branschens tre branschorganisationer valt att i detta sammanhang tillämpa Samhällsbyggnadssektorns Etiska Råds etiska regler. Dessa regler syftar till att få aktörer inom branschen att uppträda och handla på ett sådant sätt att den utgör en respekterad del av svenskt näringsliv. Reglerna skall leda till konkurrens och likabehandling av företag eller annan aktör, oberoende av storlek. Reglerna skall också stimulera branschens aktörer att uppfylla samhällets förväntningar på den goda organisationen, bl a avseende kvalitet, miljö- och arbetsmiljö.

Nedan presenteras de sex punkter som utgör de etiska reglerna.

- A. Aktör inom VA- och VVS-branschen skall inte åta sig uppdrag som strider mot allmän rättsuppfattning, eller som på annat sätt kan anses oacceptabelt från allmän synpunkt. Aktör skall verka för sund konkurrens och iakttä god marknadsföringssed.
- B. Samarbetet med övriga parter inom ramen för ett uppdrag skall präglas av korrekta affärsrelationer, tydliga avtal och ömsesidig respekt.
- C. Aktör inom VA- och VVS-branschen skall inta en strikt hållning till s k kontakt- och relationsskapande åtgärder i form av t ex otillbörliga gåvor eller resor.
- D. Aktör inom VA- och VVS-branschen får inte anlita eller samarbeta med oseriösa aktörer. S k svartjobb skall aktivt motverkas.
- E. Aktör inom VA- och VVS-branschen skall utföra sitt uppdrag fackmässigt och inom ramen för god affärs-sed. Alla uppdrag skall genomföras med sådan kompetens och sådana resurser som behövs för uppgiften.
- F. Aktör inom VA- och VVS-branschen får inte skada övriga parter eller kollegors anseende genom att opå-kallat och utan saklig grund yttra sig kritiskt om deras förhållanden.

## 2) Principer för gemensamma marknadsföringsaktiviteter

### Initiativtagaren till en marknadsföringsaktivitet skall:

- A. inte driva aktiviteten av vinstintressen gentemot övriga deltagande aktörer.
- B. om inget annat avtalas, stå för minst 50 procent av totalkostnaden.
- C. för samtliga deltagande aktörer, i god tid före planerad aktivitet, presentera ett utförligt upplägg och en kostnadskalkyl för aktiviteten. Detta görs lättast med framtagna blankett\* "Gemensamma marknadsföringsaktiviteter inom VA- och VVS-branschen".
- D. alltid sända blanketten till närmast ansvariga hos medverkande aktör.
- E. ge deltagande aktörer rimlig tid för översyn av upplägget och tid till egen planering och förberedelse. Därefter kan en skriftlig överenskommelse upprättas där upplägg preciseras och nettokostnader fördelas.
- F. alltid följa upp och redovisa resultatet av genomförd aktivitet för samtliga deltagande aktörer, där de faktiska kostnaderna redovisas tillsammans med nödvändiga verifikationer, deltagarförteckningar etc.
- G. se till att aktiviteten har ett innehåll och upplägg som möter aktuell rättspraxis när det gäller representation.

### Samtliga medverkande aktörer:

- H. deltar under förutsättningen att ingen skall tjäna pengar på andras bekostnad på att arrangera eller delta i gemensamma aktiviteter.
- I. är skyldiga att verka för att aktiviteten genomförs enligt spelreglerna.
- J. förväntas följa överenskomna upplägg på ett sådant sätt att det inte skadar branschens anseende.

\* För att underlätta har branschen låtit ta fram en blankett (Gemensamma marknadsföringsaktiviteter inom VA- och VVS-branschen) som kan användas vid planeringen av en gemensam marknadsföringsaktivitet. Hela detta dokument och blanketten kommer att finnas tillgängligt för utskrift och nedladdning på organisationernas hemsidor (se kontaktuppgifter).



VVS-Fabrikanternas Råd  
Box 704 32, 107 25 Stockholm  
Besöksadress: Klarabergsviadukten 70, Stockholm  
Tel: +46 (0)8 24 14 80 E-mail: info@vvsfabrikanterna.se  
www.vvsfabrikanterna.se



Svenska Rörgrossistföreningen VVS

Svenska Rörgrossistföreningen VVS  
Box 22 307, 103 29 Stockholm  
Besöksadress: Klara Norra Kyrkogatan 31, Stockholm  
Tel: +46 (0)8 508 938 66 E-mail: raivo.viask@rgf.se  
www.rgf.se