

Riktlinje för företagssamarbeten

Fastställt av GS 2020-10-12



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	Riktlinje för företagssamarbeten	1
1.1	Svenska Röda Korsets riktlinjer.....	1
1.2	Bakgrund.....	1
1.3	Syfte.....	1
1.4	Definition av samarbeten.....	1
2	Omfattning och ansvar	2
2.1	Centrala företagssamarbeten.....	2
2.2	Lokala företagssamarbeten	2
3	Avgränsningar	2
4	Referenser	3
5	Krav och kriterier	3
5.1	Grundläggande krav.....	3
5.2	Uteslutande kriterier	4
5.3	Flaggande kriterier.....	4
5.4	Positiva kriterier.....	4
6	Etisk kontroll	5
6.1	Inför ett potentiellt samarbete	5
6.2	Under ett företagssamarbete	5
6.3	Processen	5
7	Användning av logotyp	6

1 RIKTLINJE FÖR FÖRETAGSSAMARBETEN

1.1 Svenska Röda Korsets riktlinjer

Riktlinjer beskriver rekommenderade sätt att agera och fastslår absoluta gränser och ska-krav. De kan till exempel ange vilken typ av åtgärder och tillvägagångssätt vi bör välja, och sätta gränser för omfattningen. Riktlinjer kan även uttrycka Svenska Röda Korsets grundläggande uppfattning i en sakfråga och ligger fast över tid. En riktlinje kan innehålla direktiv, föreskrifter samt handlingsordningar, arbetsordningar, delegationsordningar och positioner. De beslutas av styrelsen, generalsekreteraren eller den avdelningschef generalsekreteraren har delegerat ansvar till.

Denna riktlinje omfattar dig som är förtroendevald, anställd, delegat, frivillig, praktikant, studerande, konsult, arvoderad eller som har åtagit dig ett annat uppdrag för Svenska Röda Korset i Sverige och/eller utomlands och benämns i detta dokument som rödakorsare.

1.2 Bakgrund

Samarbeten med företag, innebär en potential att öka intäkterna, men även en möjlighet till att få tillgång till tjänster, varor, kompetens, frivilliga och nya strategiska arenor för påverkan. De aktörer som Röda Korset väljer att samarbeta med blir därmed också en viktig del av vårt varumärkesbyggande arbete, hur vi bygger förtroende och tillförlitlighet. Det är därför extra viktigt att vi väljer rätt samarbetspartner och att vi tar emot gåvor från externa parter som delar vår vision och värderingar.

Dessa riktlinjer ersätter tidigare version från 2013, med reviderad version 2015. Avdelningschef beslutar om förändringar i dessa riktlinjer med undantag för vilka krav och kriterier som ska uppfyllas för att vi ska ingå ett samarbete (avsnitt 5) för vilka Generalsekreteraren fattar beslut.

1.3 Syfte

Syftet med riktlinjerna är att säkerställa att vi lokalt och centralt ingår samarbeten med företag som främjar Svenska Röda Korsets uppdrag och som inte riskerar att motarbeta vår målsättning eller skada vårt anseende. I denna riktlinje är Röda Korset samlingsnamnet för kretsar och tjänstepersonsorganisationen.

1.4 Definition av samarbeten

Ett samarbete definieras som en relation mellan Röda Korset och företaget där båda parter har ett gemensamt åtagande och ingår en överenskommelse där ansvar och skyldigheter är tydligt klargjorda och det gemensamma målet att stödja Röda Korsets humanitära arbete är definierat.

Samarbetet ska generera finansiella bidrag till Röda Korsets verksamhet och kan även kompletteras med varor och/eller tjänster som innebär en kostnadsreducering till organisationen. Från en juridisk och skattemässig aspekt är det finansiella bidraget att betrakta som en gåva, dvs exklusive moms och skatter.

Samarbetet kan vara på lokal nivå där den lokala kretsen ansvarar för samarbetet (inom kretsens geografiska område) eller på central nivå (vilket innebär nationell, nordisk eller internationell) där tjänstemannaorganisationen ansvarar för samarbetet.

2 OMFATTNING OCH ANSVAR

Riktlinjerna omfattar samarbeten som dels är monetära, dels gäller varor och/eller tjänster, dvs. Pro bono/In kind. Samarbeten kan ske på central nivå eller lokal nivå och riktlinjerna syftar till att ge vägledning och ge största möjliga positiva effekt för Röda Korsets verksamheter och varumärke. Krav och kriterier, beskrivna i avsnitt 5, är allmängiltiga för alla typer av företagssamarbeten inom Röda Korset.

2.1 Centrala företagssamarbeten

Centrala företagssamarbeten är samarbeten med företag som har behov och intresse av att samarbeta på nationell, nordisk eller internationell nivå. Samarbetet inkluderar någon form av offentlig varumärkesassociation och kommuniceras nationellt/internationellt av företaget och i Svenska Röda Korsets centralt styrda kanaler samt sträcker sig i regel över flera år.

Finansieringen och/eller andra typer av bidrag är riktade mot Svenska Röda Korset och/eller dess direkta verksamhet. Värdet på så kallade centrala samarbeten kan variera beroende på omfattning av motprestation och partnerskapnivåer. För dessa samarbeten ansvarar Svenska Röda Korsets enhet för Företag och stora givare. För mer detaljerad information om centrala företagssamarbeten, läs *Rutiner för Centrala företagssamarbeten*.

2.2 Lokala företagssamarbeten

Lokala företagssamarbeten är samarbeten med företag på lokal nivå, som har behov och intresse av att samarbeta med eller stötta en specifik krets. Samarbetet inkluderar någon form av offentlig varumärkesassociation på lokal nivå och kommuniceras lokalt av företaget och i kretsens egna kanaler. Finansieringen och/eller andra typer av bidrag är riktad mot kretsen och/eller kretsens egen verksamhet. Värdet på så kallade lokala samarbeten kan variera beroende på omfattning av motprestation och kommunikativ räckvidd. För dessa samarbeten ansvarar kretsen. För mer detaljerad information om lokala företagssamarbeten, läs *Rutiner för kretsar gällande samarbeten med företag*.

3 AVGRÄNSNINGAR

Då Svenska Röda Korset har andra styrdokument har dessa riktlinjer begränsats och omfattar *inte* företag inom ramen för:

1. Tjänster och produkter från Röda Korsets leverantörer¹.
2. Rent operativa samarbeten med ideella organisationer såsom NGO:s, samfund och institutioner.

¹ Se Röda Korsets inköpshandbok

3. Företagsgåvor under 150 000 kronor utan krav på motprestation (till exempel kommunikation och/eller offentlig varumärkesassociation)

Övriga exempel där företag är involverade och som inte omfattas av definitionen företagssamarbete, *men* där krav och kriterier (se avsnitt 5) ska uppfyllas:

1. Donationer av varor till Second hand: i de fall där företag vill skänka överskott av egna varor eller kollektioner utan krav på motprestation (till exempel kommunikation och/eller offentlig varumärkesassociation).
2. Akuta tillfällen i kris och katastrof: i de fall där företagens bidrag (pengar, varor, tjänster, volontärer) är avgörande för att hantera krisen görs tillfälliga undantag från hur vi kommunicerar och samarbetar med företagen.
3. Företagsvolontärer: i de undantagsfall där ett företag bidrar med volontärtimmar som ligger utanför ett formellt företagssamarbete.
4. Företagsgåvor på 150 000 kronor eller högre.

4 REFERENSER

Dessa riktlinjer harmonierar med Svenska Röda Korsets uppförandekod, placeringspolicy och inköpshandbok² samt med Internationella Rödakors- och Rödahalvmånerörelsens policyer för företagssamarbeten³.

Riktlinjerna är vidare baserade på FN Global Compacts tio grundprinciper för företag⁴, vilka i sin tur är baserade på de internationella normerna uttryckta i FN:s konventioner om mänskliga rättigheter, ILO:s kärnkonventioner, Riodeklarationen och Konventionen mot korruption. Riktlinjerna tar vidare avstamp i *Svenska Röda Korsets hållbarhetspolicy*⁵.

5 KRAV OCH KRITERIER

I samband med att vi ingår ett samarbete ska ett antal krav och kriterier uppfyllas.

5.1 Grundläggande krav

- a. Ett samarbete måste upprätthålla Röda Korsets grundläggande principer och får ej motarbeta Röda Korsets humanitära värderingar.
- b. Ett samarbete får ej uppfattas av allmänheten som att Röda Korset går i god för företaget, dess policyer, produkter eller tjänster.
- c. För att kunna upprätthålla Röda Korsets självständighet får ett samarbete ej bevilja formell exklusivitet till ett företag eller acceptera begränsningar i möjligheten att utveckla samarbeten med andra företag.

² Samtliga dessa dokument finns att läsa på Rednet.

³ Se ifrc.org, icrc.org

⁴ Se globalcompact.se, unglobalcompact.org

⁵ Finns att läsa på Rednet.

5.2 Uteslutande kriterier

Uteslutande kriterier hindrar Röda Korset från att acceptera ett företagssamarbete eller en företagsgåva på 150 000 kronor eller mer. Dessa kriterier är:

- a. Företagets verksamhet eller styrning strider mot Röda Korsets humanitära uppdrag och grundprinciper.
- b. Företaget har upprepat och/eller medvetet bryter mot nationell och internationell lagstiftning och/eller internationella konventioner och deklarationer, så som Internationell humanitär rätt och Internationella lagar om mänskliga rättigheter (IHL och IHRL).
- c. Företaget är involverad i oetisk, korrupt eller exploaterande verksamhet och har medvetet bidragit till internationella brott som piratkopiering, gränsöverskridande organiserad brottslighet, människohandel och/eller finansiering av terrorism.
- d. Företaget har upprepat och/eller medvetet bryter mot grundläggande arbetsstandarder enligt International Labour Organisation (ILO) avseende barnarbete och anställdas hälsa och säkerhet.
- e. Företaget har upprepat och/eller medvetet bryter mot internationella lagar och överenskommelser inom miljöområdet.
- f. Företaget har sin huvudsakliga verksamhet inom vapen och pornografi.

5.3 Flaggande kriterier

Flaggande kriterier omfattar omständigheter som kan utgöra potentiella risker med ett samarbete. De är ofta mer kvalitativa och tillåter därför inte tydliga trösklar. De kan till exempel användas i en situation där uttalanden har gjorts från företaget som indikerar brist på respekt för internationell rätt även om själva verksamheten inte utgör det. En bedömning behöver göras från fall till fall. Dessa kriterier är:

- a. Företaget har varit involverad i tidigare relevanta kontroverser och/eller företags verksamhet, rykte eller styrning innebär en risk för Röda Korsets arbete, anseende eller varumärke.
- b. Företaget bidrar genom sina affärsmetoder materiellt till väpnade konflikter eller naturkatastrofer.
- c. Företaget har sin huvudsakliga verksamhet inom områden som anses bidra till miljöförstöring så som gruvindustri eller fossila bränslen.
- d. Företaget har sin huvudsakliga verksamhet inom områden som anses bidra till fysisk- och/eller psykisk ohälsa så som ohälsosam mat- och dryckesproduktion, alkohol, tobak, narkotika och spel.

5.4 Positiva kriterier

Positiva kriterier fokuserar på frågor som kan spegla mer positivt på företagets rykte och framtida affärsbeteende. Dessa skapar inte bara goda förutsättningar för ett samarbete utan minskar risken för att associera tillsammans. Det är därför att ses som fördelaktigt att företaget uppfyller merparten av följande positiva kriterier:

- a. Företaget har en verksamhet, produkt och/eller tjänst, som kan bidra till att vi uppnår våra mål och ökar räckvidden av och medvetenheten om Röda Korsets arbete.

- b. Företaget har skrivit på FN Global Compact.
- c. Företaget rapporterar årligen sitt hållbarhetsarbete i enlighet med Global Compact eller Global Reporting Initiatives riktlinjer.⁶
- d. Företaget har en uppförandekod som täcker sociala, ekonomiska och miljömässiga frågor och utvecklar hållbara produkter och tjänster.
- e. Företaget arbetar aktivt för att motverka diskriminering och trakasserier samt behandlar alla lika oavsett kön, könsidentitet eller könsuttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsvariation, sexuell läggning, ålder, samhällsställning eller politiska åsikter.
- f. Företaget har en positiv inställning till att utveckla sitt sociala ansvarstagande och uppvisar engagemang i humanitär- och/eller utvecklingsrelaterade frågor.
- g. Företag har ett gott rykte och en positiv bild hos allmänheten.
- h. Företaget agerar i enlighet med försiktighetsprincipen för att undvika miljörisker och är miljömässigt ansvarstagande.

6 ETISK KONTROLL

6.1 Inför ett potentiellt samarbete

Inför ett företagssamarbete ska en etisk kontroll utföras oavsett om det är Röda Korset eller en potentiell företagspartner som initierar dialogen. Den etiska kontrollen ska genomföras för att kunna bedöma om företaget uppfyller krav och kriterier (se avsnitt 5) och om Röda Korset bör ingå ett samarbete eller inte. Den etiska kontrollen är ett viktigt led i beslutsprocessen då den visar vilka eventuella risker som det potentiella samarbetet kan innebära för Röda Korset samt utgör ett underlag till handlingsplan för detta.

6.2 Under ett företagssamarbete

En ny etisk kontroll ska genomföras för varje företagspartner i enlighet med satta rutiner. I det fall brister kan påvisas hos företagspartnern ska en dialog föras mellan Röda Korset och partnern i syfte att se om bristerna kan åtgärdas eller inte.

Om Röda Korset iakttar eller om annan samhällsaktör uppmärksammar, genom till exempel media eller så kallad whistleblowing, misstanke om att en av Röda Korssets företagspartner har agerat oegentligt, och uppmärksammar Röda Korset på detta, ska ansvarig part genomföra en ny etisk kontroll av företaget enligt satta rutiner.

6.3 Processen

För ett potentiellt lokalt företagssamarbete ansvarar den lokala kretsen för att utföra en etisk kontroll. För ett potentiellt centralt företagssamarbete ansvarar enheten Företag och stora givare för att utföra en etisk kontroll. En etisk kontroll bör inkludera information om företagets etiska policyer, värderingar, uppförandekoder, bolagsstyrning och redovisning samt

⁶ Se globalreporting.org

riktlinjer avseende mänskliga rättigheter, arbetsrätt, hållbarhet, miljö och anti-korruption. Processen beskrivs mer utförligt i Rutindokumentet.⁷

7 ANVÄNDNING AV LOGOTYP

Det röda korset, den röda halvmånen och den röda kristallen är skyddsemlen enligt den internationella humanitära rätten. I Sverige skyddas emblemen av lag (2014:812) om skydd för kännetecken i den internationella humanitära rätten. Det röda korset får användas på två sätt; som skyddsmärke och skyddsemlen i väpnade konflikter och som symbol för vår organisation – organisationslogotyp. Det är av stor vikt att vi skiljer på skyddsemlen och organisationsymbol.

I enlighet med vad som anges i *Röda Korsets Riktlinjer för emblem och logotyper* får Röda Korset som huvudregel inte använda sin logotyp i kombination med en logotyp som representerar en aktör utanför Rödakors- och Rödahalvmånerörelsen. I viss utsträckning får Svenska Röda Korsets logotyp, alternativt kretsens text-logotyp, användas/exponeras vid företagssamarbeten för att skaffa intäkter eller för att sprida kunskap om Röda Korsets uppdrag och verksamhet. Samarbetet måste gälla en konkret aktivitet vilken som utgångspunkt ska vara begränsad i tid och geografisk utsträckning och Röda Korset måste behålla kontrollen över hur logotyp eller namn visas under samarbetsperioden. Samarbetet måste medföra en betydande ekonomisk fördel för Röda Korset, utan att den för den skull sätter Röda Korsets självständighet på spel. Användandet av skyddsemlen och logotyper beskrivs mer utförligt i *Röda Korsets Riktlinjer för emblem och logotyper*.⁸

För lokala större företagssamarbeten får kretsens text-logotyp, som inte innehåller emblemet men där kretsens namn framgår, användas. För centrala företagssamarbeten får Svenska Röda Korsets allmänna logotyp användas i olika former beroende på samarbetets omfattning. Vägledning om vilken typ av logotyp som bör användas i olika samarbetsformer beskrivs mer utförligt i Rutindokumentet. För visuella lathundar om logotyper se *Svenska Röda Korsets Grafiska Riktlinjer*.⁹

⁷ Rutiner för Centrala företagssamarbeten samt Rutiner för kretsar gällande samarbeten med företag.

⁸ Finns på Rednet.

⁹ Finns på Rednet.