

8 bud

for etikk og god samhandling
i VA- og VVS-bransjen



Utarbeidet av:



RØRENTREPRENØRENE
NORGE

NRF Norske
Rørgrossisters
Forening

VVIP
VA OG VVS PRODUSENTENE

I forbindelse med samarbeidet om VVS-bransjens felles markedsførings-kampanje, inngikk de tre bransje-organisasjonene Rørentreprenørene, NRF og VVP den 19. juni 2008 en avtale som forplikter partene og deres medlemmer rundt 8 bud for etikk og god samhandling.

De etiske retningslinjene skal sikre at handlinger og kommunikasjon mellom aktørene i verdikjeden er redelig, etisk korrekt og lovlig. De tre aktørene i VA-og VVS-bransjen har i fellesskap utarbeidet de etiske retningslinjene for opptreden mellom partene og noen viktige prinsipper for markedsføring. Det er to årsaker til dette.

For det første har det norske lovverket fått skjerpede bestemmelser om korrupsjon og utilbørlig påvirkning som innebærer at det fra 2003 er blitt straffbart å gi og motta utilbørlige ytelser – både i forhold til privat og offentlig ansatte og tillitsvalgte. Senere tids oppslag i media har satt sterk fokus på dette og bør følgelig iakttas i enda sterkere grad i bransjen enn tidligere for derved å ikke ødelegge bransjens omdømme.

For det andre har det vært et ønske fra de aktuelle bransjeforeninger å kanalisere mer av bransjens midler til fellestiltak for å styrke kompetanse, rekruttering og bransjens omdømme – følgelig vil man skjerpe bruken av markedsføringsmidler til rent faglige arrangement samtidig som man har søkt å nedfelle noen fornuftige og rettfærdige prinsipper rundt kostnadsfordeling vedrørende annonsering og markedsføring.

Oslo 19. juni 2008 og Oslo 23. september 2015

signert styrene i



A) Etiske retningslinjer VA-/VVS-bransjen

Formål: De etiske retningslinjene skal sikre at handlinger og kommunikasjon mellom aktørene i verdikjeden skal være redelig, etisk korrekt og lovlig.

Retningslinjene skal sikre et verdisyn som skaper grunnlag for sunn forretningsførsel, samfunnsansvar og gode, sunne relasjoner bedriftene i mellom.

1. Personlig vinning

Det skal ikke gis eller tas i mot økonomiske – eller andre fordeler – fra personer eller bedrifter man kommer i kontakt med på vegne av sitt ansettelsesforhold.

2. Gaver

Gaver til forretningsforbindelser skal være av moderat verdi og skal tildeles bedriften. Unntaksvis kan gaver gis til enkeltpersoner ved spesielle anledninger.

3. Arrangementer

Arrangementer skal ha et klart og udiskutabel faglig innhold. Deltakelse skal forhåndsgodkjennes av nærmeste leder.

a) Reiser inn-/utland

Invitasjon skal sendes til nærmeste leder og betales av deltakende bedrift.

b) Ledsagere

Kostnad for eventuelle ledsagere skal dekkes av deltakende bedrift.

b) Fabrikkesøk

Fabrikkesøk skal ha et faglig innhold og godkjennes av leder. Reise og oppholdskostnader skal betales av deltakende bedrift. Unntak kan gjøres dersom produsent ønsker å dekke hele eller deler av kostnaden.

4. Anbuds- / innkjøpssituasjoner

I slike situasjoner skal det utvises spesiell aktsomhet.

5. Representasjon

Moderat representasjon som ledd i relasjonsbygging er akseptabelt.

B) Omforente prinsipper for kostnadsfordeling vedrørende annonsering og markedsføring

6. Utstillinger i butikk/lager

Leverandør stiller produkter til rådighet for butikkeier etter avtale mellom partene.

7. Annonsering

Produsent bekoster og gjennomfører annonsering i riksdekkende media. Dersom forhandler ønsker sitt navn nevnt, for eksempel i en annonse, skjer dette mot debitering. Forhandler bekoster og besørger annonsering i lokalpressen i tilknytning til egen forretningsdrift. Annonser hvor kostnadene deles mellom forhandler og produsent, eventuelt grossist, skal godkjennes av produsent/grossist på forhånd, minst 14 dager før innrykk.

Fordeling av kostnader:

i) Når kun én produsent deltar i annonsen, fordeles kostnadene slik:

- 1/3 på installatør
- 1/3 på grossist
- 1/3 på produsent

ii) Annonser hvor flere produsenter deltar, fordeles med:

- 2 deler på installatør
- 2 deler på grossist
- 1 del per produsent

I tilfelle produktene opptar ulik plass i annonsen, fordeles kostnadene mellom produsentene prosentvis basert på benyttet plass.

Maks. 5 produsenter per annonse kan delta.

iii) I faktura for annonsen skal det refereres til rekvisisjonsnummer. Original faktura fra annonsemedium og annonsebilag skal vedlegges.

8. Bruk av markedsmidler

Når det inviteres til en aktivitet, skal initiativtager presentere et program med budsjett. Det skal også fremgå hvilke kunder og produsenter som er invitert. Initiativtager og deltagende leverandør fordeler kostnadene på en hensiktsmessig og fornuftig måte.

Anbefalt fordelingsnøkkel:

- Ved deltagelse av 1–2 produsenter dekker initiativtager 50 %.
- Ved deltagelse av 3–7 produsenter dekker initiativtager 40 %.
- Ved deltagelse av 8–10 produsenter dekker initiativtager 20 %.
- Ved deltagelse av 11 eller flere produsenter dekker initiativtager minimum samme andel som deltagende produsent.

Økonomisk oppgjør foretas i samsvar med aktuell fordelingsnøkkel, på grunnlag av etterfølgende regnskap med bilag

