

# NSF RETNINGSLINJER



**Tittel: Retningslinjer for samhandling med kommersielle aktører**

**Opprettet dato: 30.08.2017**

**Revidert dato:**

**Utarbeidet av: Pål Kristen Rønnevik**

**Ansvarlig for rutinen: Generalsekretær**

**Versjon: 2.0**

**Dokumentnr DM: 901976**

**Godkjent av: Vedtatt av Forbundsstyret**

**Godkjent dato: 30.08.2017**

## HENSIKT OG OMFANG

Norsk Sykepleierforbund (NSF) er en synlig og viktig samfunnsaktør med mange medlemmer. Samhandlingen med kommersielle aktører skal skje i tråd med NSF's verdigrunnlag.

NSF er avhengig av å opprettholde et godt omdømme. Derfor bør vi stille en del krav når vi samhandler med kommersielle aktører enten det gjelder annonsering i blad eller digitalt, samarbeid om kurs og konferanser, stands og tilstedeværelse fra kommersielle aktører på arrangement eller direkte markedsføring via nyhetsbrev o.l.

Den digitale utviklingen med økt bruk av styring av annonser basert på brukeratferd bidrar også til å utfordre NSF når det gjelder krav til vurderinger av hva som er innenfor det vi bør tillate.

Retningslinjene skal gi relevant veiledning, men kan ikke dekke alle forhold. En riktig handlemåte krever i tillegg en grundig og helhetlig vurdering fra den ansvarlige og der også NSF's etiske retningslinjer legges til grunn.

Retningslinjene må ses i sammenheng med [NSF-#724460-Etiske retningslinjer \(ivaretagelse av NSF's samfunnsansvar\)](#).

## ANSVAR OG MYNDIGHET

Retningslinjene for kommersielle aktører gjelder for alle ansatte, organisasjonsvalgte, tillitsvalgte, medlemmer, representanter for faggruppene eller andre som opptrer på vegne av NSF. I retningslinjen vil vi referere til personer som opptrer på vegne av NSF og/eller en faggruppe som «NSF». Alle ansatte og valgte har et ansvar for å gjøre seg kjent med retningslinjene og etterleve disse.

Forbundsstyret har det overordnede ansvaret for retningslinjene. Generalsekretær har det utøvende ansvaret overfor de ansatte i NSF og det tillegges lederne i NSF et særlig ansvar for oppfølging.

## BESKRIVELSE

### 1. Definisjoner

Med kommersielle aktører menes som regel virksomheter som har profitt som formål. Begrepet vil også kunne inkludere eksempelvis helseforetak og studiesteder i regi av det offentlige, da disse til en viss grad konkurrer med private og eller ideelle virksomheter. Eksempler i vår sammenheng er leverandører, produsenter, helseforetak, studiesteder og sponsorer som leverer varer og/eller tjenester. Unntatt er NSF's egne selskaper.

Med nærmeste overordnede menes i disse retningslinjene nærmeste linjeleder eller politisk valgte leder. For faggruppene vil nærmeste leder være leder av den sentrale faggruppen.

### 2. Overordnede føringer

NSF skal vurdere om det er hensiktsmessig å inngå avtaler med kommersielle aktører, eventuelt omfang, hvilke kanaler og vurdere nøye om aktøren/produktet og/eller kanalbruken er i henhold til NSF's etiske retningslinjer eller på annen måte kan skade NSF's omdømme.

NSF's samarbeid med kommersielle aktører skal baseres på åpenhet, saklighet, etterprøvbarehet og uavhengighet til ulike samarbeidspartnere.

Det skal ikke forekomme favorisering av enkelte kommersielle aktører, et samarbeid skal baseres på nøytralitet og likeverdige tilbud. Dette gjelder også tilbud om markedsføring.

All kontakt med kommersielle aktører som innebærer forpliktelser for NSF skal avklares med nærmeste overordnede.

Samarbeid mellom kommersielle aktører og NSF skal nedfelles i en skriftlig kontrakt. NSF har utarbeidet en standardkontrakt som kan benyttes til dette formålet. Ved bruk av andre kontrakter må det sikres at disse ikke er i strid med disse retningslinjene. Kontrakten skal godkjennes av nærmeste overordnede. Kontrakten og saksbehandlingen av denne skal arkiveres via Min side på nsf.no og i arbeidsrom for samarbeid med kommersielle aktører.

### 3. Særlig hensyn knyttet til annonser

NSF må utvise varsomhet når det gjelder å tillate kommersiell annonsering i våre digitale og trykte medier. Vi skal unngå å delta i markedsføring eller annen kommersiell virksomhet som kan påvirke pasienten og samfunnets tillit til sykepleierens uavhengighet overfor leverandører og produkter. Dette er likevel ikke til hinder for produktannonser som inkluderer legemidler så lenge dette skjer i henhold til kravene i Legemiddelforskriftens kapittel 13.

Regelverket sier i korte trekk:

- Reklame er bare tillatt for legemidler med markedsføringstillatelse
- Reklamen skal være i samsvar med godkjent preparatomtale
- Det er ikke tillatt med reklame for reseptbelagte legemidler til allmenheten.

Regelverket åpner for at vi kan ha reklame for reseptpliktige legemidler på Sykepleiens nettsider, da disse i hovedsak er beregnet på sykepleiere. For mer informasjon, se

<https://legemiddelverket.no/andre-temaer/reklame>

Ved annonsering er det viktig å tenke gjennom om produktet eller leverandører representerer verdier som er i strid med NSF's verdier. Dette gjelder særlig forhold knyttet til menneskerettigheter, ivaretagelse av arbeidstakerrettigheter og miljømessige forhold.

I lys av den digitale utvikling må vi også være oppmerksom ved annonsering i digitale flater og særlig med annonsering som er styrt ut fra brukeratferd. Dette er løsninger som lett skaper reaksjoner fordi brukeren kan føle seg overvåket.

Ved vurderingen er det viktig å reflektere over:

- Verdier – Hvilke verdier er viktige for NSF?
- Hvordan skiller NSF seg fra andre?
- Risiko – hva er en akseptabel risiko for NSF.
- Lovpålagte krav – er vi innenfor gjeldende lovgivning?

Eksempelvis må vi sikre at personopplysninger blir håndtert i henhold til rammene av Personopplysningsloven og at vi ikke opererer i strid med Markedsføringsloven. Begge disse lovene stiller krav til blant annet samtykke til behandling av opplysninger, krav om god informasjon til brukerne og krav til beskyttelse av opplysninger.

Ved bruk av NSF's publiseringsløsning tilgjengelig via [www.nsf.no](http://www.nsf.no), løsning for kampanjer og nyhetsbrev, skal det ikke benyttes kommersiell annonsering uten at dette er godkjent av NSF's kommunikasjonssjef eller generalsekretær. Nyhetsbrev som går ut fra Sykepleien kan inneholde annonser og det samme gjelder nyhetsbrev som har fokus på å promotere fagstoff for faggruppene og der produkt/stillingsannonser inngår som en naturlig del.

Det er åpnet for annonsering på sidene for [www.sykepleien.no](http://www.sykepleien.no) og dette gjelder både stillingsannonser og produktannonser. Dette vil også gjelde for annonser i faggruppebladene så lenge disse er publisert via [www.sykepleien.no](http://www.sykepleien.no).

Det skal ikke åpnes for kommersiell annonsering på NSF's offisielle kanaler på sosiale medier med mindre dette er klarert med NSF's kommunikasjonssjef eller generalsekretær.

#### **4. Særlig hensyn knyttet til synliggjøring ved arrangementer**

Det er nødvendig at ulike kommersielle aktører får anledning til å informere og undervise NSF's medlemmer og kursdeltakere, slik at de til enhver tid er faglig oppdatert. Alle aktuelle leverandører må få de samme muligheter til å holde faglige oppdateringskurs. Det må tilstrebes at flere leverandører/produsenter deltar på samme møte/kurs/kongress. Samarbeidet mellom NSF og den enkelte leverandør skal godkjennes av leder. NSF's logo skal ikke brukes i markedsøyemed uten at det er godkjent av kommunikasjonssjef eller generalsekretær.

Ved møter/kurs/kongresser arrangert av NSF skal det gis likelydende tilbud til alle leverandører som ønsker å ha utstilling eller på andre måter vil delta. Samarbeidet nedfelles i en skriftlig og åpen avtale. NSF har utarbeidet en standardkontrakt til dette formålet. Kommerielle aktørers logo skal ikke benyttes i markedsøyemed uten at dette er godkjent av nærmeste overordnede.

#### **5. Stipend helt eller delvis finansiert av eksterne**

Kommerielle aktører kan yte økonomisk støtte i form av stipend, fonds og priser som forvaltes av NSF. Med dette menes at det er representanter fra NSF som vurderer og tildeler stipendene uten innblanding fra den kommersielle aktøren. Det må utarbeides åpne kriterier for tildelingen. Kriteriene kan evt. utarbeides i samarbeid mellom partene og godkjennes av nærmeste ledere.

Det kan benyttes kommersielle aktørers navn og/eller produkter i navn på stipend, fond og priser.

## **6. Håndtering av opplysninger om medlemmer og kursdeltakere.**

Medlemmer i NSF må avgi et sett av personopplysninger for å kunne være medlem i NSF og faggruppene. Disse opplysningene kan NSF uten videre benytte til å administrere medlemskapet og til blant annet å informere om NSFs medlemstilbud og/eller arrangement i regi av NSF.

NSFs behandlingsgrunnlag er basert på at medlemmene har samtykket til bruken av opplysningene i forbindelse med at de ble medlem. Tilsvarende gjelder også for kursdeltakere, men opplysningene kan da som hovedregel kun benyttes til kommunikasjon i forbindelse med dette kurset. Det kan antas at det vil være greit å benytte opplysningene også til å informere om tilsvarende arrangement i fremtiden.

NSF kan med hjemmel i Personopplysningsloven (POL) § 8 a jf. § 26 femte ledd sende informasjon om medlemstilbud via nyhetsbrev og lignende uten at vi vasker mot reservasjonsregisteret. Dette betinger at vi kun henvender oss til aktive medlemmer og at det finnes en mulighet for å reservere seg mot denne typen markedsføring.

NSF kan med hjemmel i POL § 8 f markedsføre tredjepartsprodukter, men det stilles her krav til at vi må vaske mot reservasjonsregisteret og at det finnes en klar reservasjonsrett. Denne type markedsføring og annen type utlevering av opplysninger bør avklares med Administrasjonssjef på forhånd.

NSF har et eget internkontrollsystem for informasjonssikkerhet og har som en del av dette utarbeidet egne overordnede retningslinjer for behandling av personopplysninger. Avklaringer av problemstillinger knyttet til Personopplysningsloven kan og bør rettes til administrasjonssjef eller generalsekretær i NSF.

## **7. Reklamemateriell og gaver**

Grensene mellom gavebytte som del av normale sosiale omgangsformer, smøring og korrupsjon kan variere betydelig over tid og i forskjellige kulturer. Skillet mellom korrupsjon, smøring, gaver og vennetjenester kan være hårfin.

Gaver, provisjon, tjenester eller annet som er egnet til å påvirke tjenstlige handlinger på en utilbørlig måte, skal ikke forekomme. Det skal ikke mottas eller legges til rette for å mottak av gaver, reiser, hotellopphold, bevertning, rabatter, lån eller andre ytelser eller fordeler som er egnet til, eller som giveren har ment, å påvirke våre handlinger. Arbeidslunsjer eller -middager vil være i orden, forutsatt at disse holdes på et akseptabelt nivå. Nøktern bevertning bør kunne aksepteres også i forhandlingsposisjoner.

Gaver og andre naturalytelser (for eksempel billetter og opplevelser) som mottas eller gis av personer som opptre på vegne av NSF, skal i utgangspunktet ikke ha en større verdi enn taket for skattefritak, for tiden kr 500. Gaver i form av kontanter eller gavekort som kan omgjøres til kontanter, er ikke tillatt. Hvis det i visse sammenhenger anses som upassende å avvise en gave med antatt større verdi, skal nærmeste leder vurdere om den skal tilfalle organisasjonen.

Mottak av faglige gaver, for eksempel i form av faglitteratur eller faglige hjelpemidler vil kunne være egnet til å påvirke på en utilbørlig måte. I likhet med hva som gjelder for gaver og tjenester generelt må man her foreta en konkret helhetsvurdering hvor gavens/tjenestens økonomiske verdi er sentral.

Se for øvrig bestemmelser om gaver i NSF's etiske retningslinjer.

#### **8. Særlige krav til samarbeidspartnere**

Vi skal så langt det er mulig velge samarbeidspartnere som har tariffavtale eller som et minimum ivaretar grunnleggende rettigheter for ansatte, herunder minstelønnsbestemmelser i det landet vedkommende opererer.

Ved innkjøp av varer skal vi sikre at varene ikke er produsert under forhold som: Tvangsarbeid, barnarbeid, helseødeleggende arbeidsplasser, grov diskriminering og lønn under fattigdomsgrensen. Vi skal alltid be om dokumentasjon fra arbeidsgiver på dette. Det skal også vektlegges at samarbeidspartneren har retningslinjer og rutiner som sikrer overholdelse av ILOs kjernekonvensjoner, herunder organisasjonsfrihet og rett til kollektive forhandlinger. Det bør bes om dokumentasjon fra leverandører på at varene ikke er produsert i strid med kravene over.

#### **9. Honorering av oppdrag**

En eventuell utbetaling av honorar i forbindelse med forelesning eller lignende skal honoreres etter åpen og skriftlig avtale i overensstemmelse med god regnskapsskikk. Avtalen må gjerne forelegges NSF ved økonomienheten på forhånd.

#### **10. Habilitet**

Personer som opptre på vegne av NSF skal ikke ta del i, eller prøve å påvirke en beslutning eller avgjørelse, hvis det foreligger interessekonflikt eller andre forhold som kan svekke tillit til uavhengighet. Skulle interessekonflikt oppstå, skal den enkelte på eget initiativ opplyse nærmeste leder om dette og foreslå å fratre prosessen. Eksempler på dette er avtaler inngått med firmaer som representeres av familie, venner og andre nære forbindelser.

#### **11. Nulltoleranse for korrupsjon**

NSF har nulltoleranse for korrupsjon og bestikkelser i Norge og overfor våre internasjonale samarbeidspartnere.

### **AVVIKSHÅNDTERING**

- Avvik fra disse retningslinjene skal uten ugrunnet opphold meldes til nærmeste overordnede eller til generalsekretær i NSF.

### **REFERANSER**

[NSF's etiskeretningslinjer](#)

[NSF-#907568-NSF's Internkontrollsystem for informasjonssikkerhet. Overordnede retningslinjer for behandling av personopplysninger i NSF](#)

[NSF's retningslinjer for utlevering av medlemsopplysninger](#)

[NSF's varslingsrutiner](#)

[UN global Compact](#)

[NSF's Innkjøpsrutiner](#)

[Statens veileder om gaver i tjeneste](#)

[NSF's HMS-håndbok](#)

[NSF's felles retningslinjer](#)