

# **TRANSPARENS I FÖRETAGENS RAPPORTERING**

**– en studie av de 20 största företagen i Sverige 2015**

Första utgåva Transparency International Sverige 2015  
ISBN: 978-91-982446-0-1  
Copyright © Transparency International Sverige  
Grafisk design: Charlotte Bäckström  
Tryck: Vitt Grafiska AB

# TRANSPARENS I FÖRETAGENS RAPPORTERING

**– en studie av de 20 största företagen i Sverige 2015**

Transparency International Sverige  
Rapport no. 1 | 2015

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>Förord</b> .....	5
<b>Transparens i företagen rapportering – studiens ursprung</b> .....	6
<b>Så genomförde TI Sverige den svenska studien</b> .....	8
<b>Rapportering om antikorrupsionsprogram</b> .....	9
<b>Organisatorisk transparens</b> .....	12
<b>Land-för-land-rapportering</b> .....	13
<b>Rekommendationer</b> .....	15
<b>Tabeller:</b>	
1. Resultat antikorrupsionsprogram.....	9
2. Resultat antikorrupsionsprogram fråga för fråga .....	10
3. Resultat organisatorisk transparens.....	12
4. Resultat land-för-land-rapportering.....	13
5. Resultat sammanvägt transparensindex .....	21
<b>Bilagor:</b>	
1. Frågeformulär .....	17
2. Förändringar i betygssättningen i 2014 års studie i jämförelse med 2012 års studie .....	19
3. Sammanvägt transparensindex .....	21

## FÖRORD

Transparency International Sverige har i år för andra gången genomfört en studie av transparens i de största svenska företagens rapportering med studier av de största företagen i världen som förebild. Den första studien gjordes år 2012/2013.

Transparent rapportering är viktigt för att företagens intressenter ska kunna fatta väl informerade beslut om sina kontakter med företagen ifråga. Transparent rapportering är också ett krav från medborgarna och från de myndigheter som företagen har kontakt med.

Det är förvisso glädjande att svenska företag i studien får resultat som i genomsnitt är bättre än genomsnittet av de företag som ingår i de internationella studierna. Även om många av de svenska företagen utvecklat robusta antikorrupsionsprogram visar studiens resultat att vissa av företagens ledningar inte uttalat tillräckligt stöd för antikorrupsionsarbetet.

Det är vår förhoppning att föreliggande studie ska stimulera debatten om företagens ansvar när det gäller transparens i deras rapportering som i sin tur kan leda till en höjd standard. Vi arbetar på olika sätt för att främja en högre standard. Detta gör vi inte bara för att vi tror att det tjänar samhället i stort utan också vi tror att det är en förutsättning för företagens konkurrenskraft på lång sikt.

Studien har finansierats av försäkringsbolaget Folksam. Vi är mycket tacksamma för detta.

Stockholm den 3 mars 2015

Johan Gernandt  
Ordförande i Transparency International Sverige

# TRANSPARENS I FÖRETAGENS RAPPORTERING – STUDIENS URSPRUNG

Transparens i företagens rapportering är viktigt för att investerare, aktieägare och andra intressenter i företagen såsom anställda, leverantörer och agenter ska kunna fatta beslut baserat på korrekt information. Transparent information är av betydelse för allmänhetens förtroende för företagens verksamhet. Transparens är också viktigt för att de myndigheter som företagen kommer i kontakt med ska kunna hantera uppgifter om företagen på ett korrekt sätt, t.ex. när det gäller beskattning.

Transparency Internationals internationella sekretariat i Berlin (TI-S) publicerade i november 2014 en studie av transparens i rapporteringen från de 124 största företagen i världen<sup>1</sup>. En liknande studie publicerades år 2012<sup>2</sup>. TI Sverige gjorde då en studie av transparensen i den 20 största företagen i Sverige med tillämpande av samma metod som den som TI-S använt sig av. Den svenska studien publicerades i början av 2013<sup>3</sup>. TI Sverige har nu åter gjort en studie av de 20 största företagen med tillämpande av samma metod som i TI-S:s senaste studie.

I samtliga studier har tre olika aspekter på transparens studerats; rapportering om antikorrupsionsprogram, information om företagens organisation samt redovisning av bland annat intäkter och inkomstskatt per land, s.k. land-för-land-rapportering.

Studien bygger på information som företagen gjort offentligt tillgänglig, t.ex. på företagens hemsidor och/eller i deras årsredovisningar. När det gäller antikorrupsionsprogram kan det finnas skillnad mellan vad som står i programmen och deras tillämpning. Det bör framhållas att huvudsyftet är att belysa vad som står i programmen. Detta går att göra genom studier av hemsidor, årsredovisningar m.m. En eventuell granskning av tillämpningen kräver helt andra undersökningsmetoder. Kopia på det frågeformulär som utgjort grunden för inhämtningen av informationen finns i bilaga 1.

Det bör noteras att resultaten från de studier som genomfördes 2012 - 2013 i vissa avseenden inte är jämförbara med de nyare. Anledning är att TI:s

1. Transparency in Corporate Reporting – Assessing the World's Largest Companies, Transparency International, 2014

2. Transparency in Corporate Reporting – Assessing the World's Largest Companies, Transparency International, 2012

3. Transparens i Företagens Rapportering – en studie av de 20 största företagen i Sverige, TI Sverige, Rapport no. 1/2013

riktlinjer för företag ”Business Principles for Countering Bribery” har skärpts under mellantiden och att poängsättningen därför ändrats för att överensstämma med de reviderade riktlinjerna. I bilaga 2 förklaras närmare vilka ändringar som vidtagits i reglerna för betygsättningen. Hela instruktionen för hur poängsättning ska ske finns i länk i fotnot<sup>4</sup>.

Flertalet företag i den internationella studien visade sig ha väl utvecklade anti-korruptionsprogram. I genomsnitt uppnåddes 70 procent av kraven på fullvärdigt program. Detta resultat var det högsta bland de tre aspekterna som undersökts. När det gäller organisatorisk transparens blev det genomsnittliga resultatet 39 procent. För land-för-land-rapportering blev det genomsnittliga resultatet så lågt som 6 procent. De olika transparensaspekterna har sedan vägts samman. De företag som fick bäst resultat vid sammanvägningen av resultaten är Eni, Vodafone och Statoil. Sämst resultat fick Bank of Communications (China), Honda Motor Co. Ltd och Bank of China. Inget svenskt företag ingick i den internationella studien.

De genomsnittliga resultaten för de svenska företagen är genomgående bättre än för de internationella. Tele2 fick exempelvis en högre poäng på det sammanvägda indexet än Eni som var bäst i den internationella studien. Lägst poäng i den svenska studien fick Getinge.

Eftersom man kan ifrågasätta vad det sammanvägda indexet faktiskt mäter, har vi tagit med det i syfte att följa den internationella studiens metodik men valt att lägga resultaten av beräkningarna i en bilaga, se bilaga 3. Det kan också understrykas att indexet är baserat på poäng på ganska olikartade typer av rapportering. Det är t.ex. inte säkert att poängen för organisatorisk transparens och land-för-land-rapportering är helt rättvisande eftersom det sannolikt är lättare för ett företag med få dotterbolag att uppnå högre poäng i jämförelse med ett företag med många dotterbolag.

4. [http://www.transparency.org/files/content/feature/2014\\_TICR\\_Codebook.pdf](http://www.transparency.org/files/content/feature/2014_TICR_Codebook.pdf)

## **SÅ GENOMFÖRDE TI SVERIGE DEN SVENSKA STUDIEN**

Den svenska studien omfattar de 20 största företagen i Sverige rankade efter börsvärde<sup>5</sup>. Information som företagen gjort offentligt tillgänglig har använts för att besvara frågorna i frågeformuläret om företagets rapportering som finns i bilaga 1. De ifyllda frågeformulären skickades till respektive företag tillsammans med ett brev med information om syftet med undersökningen och hur den genomförs. Företagen fick några veckor på sig att kontrollera resultaten och vid behov komplettera eller ändra.

I brevet ombads företagen även kommentera tillämpningen av deras anti-korruptionsprogram; (1) Hur väl anser ni att ni har lyckats implementera programmet i hela företaget? (2) Vilka är de största utmaningarna? Det påpekades i brevet att dessa frågor ligger vid sidan om den poängsatta studien och således inte ger några poäng i slutresultatet.

Samtliga företag utom Electrolux och Geringe har återkommit med reaktioner på poängsättningen. Fem företag kommenterade tillämpningen av antikorrupsionsprogrammen.

Många företag har välkomnat studien och uttryckt att studien ger incitament till att öka transparensen hos de svenska företagen.

Ett flertal företag har klagat på att endast information som är offentligt tillgänglig har beaktats. Skälet till att TI-S, liksom TI Sverige, valt att basera studien enbart på offentligt tillgänglig information är att om ett företag vill skicka tydliga signaler till sina affärspartners om vikten av att tillämpa samma stränga regler som man själv gör, måste information finnas offentligt tillgänglig.

Studien har genomförts av Maria Håkansson, Master i företagande och ledning från Uppsala universitet. Birgitta Nygren, ledamot av styrelsen för TI Sverige, har varit handledare. Styrelsemedlemmarna Martin Kragh och Einar Lundgren har ingått i en referensgrupp.

5. "Largest companies" Sveriges största börsbolag, sid 39 2014 avser värden från 2012



# RAPPORTERING OM ANTIKORRUPTIONSPROGRAM

## I DEN SVENSKA STUDIEN



Medelpoäng



Högst: Ericsson



Lägst: Getinge, Handelsbanken

## I DEN INTERNATIONELLA STUDIEN



I den internationella studien fick två företag högsta poäng, BP och Vodafone. Medelvärdet var 70 procent och lägst på listan återfinns Bank of China med ett resultat på 4 procent. I den svenska studien fick Ericsson full poäng. Medelvärdet i den svenska studien var högre än i den internationella och lägsta poäng i den svenska studien var dessutom betydligt högre.

**TABELL 1 RESULTAT ANTIKORRUPTIONSPROGRAM**

Ericsson	100%
SCA	96%
Assa Abloy, Atlas Copco, Sandvik, SEB, Scania, SKF	92%
Electrolux	88%
H&M, Tele2, Telia Sonera	85%
Volvo	77%
Alfa Laval, Nordea, Swedbank	73%
Hexagon	69%
Investor	58%
Getinge, Handelsbanken	42%

I avsnittet som innefattar rapportering om antikorrupsionsprogram är det många olika aspekter som ett företag måste tänka på att kommunicera offentligt för att få full poäng. Det krävs bland annat att företagets uppförandekod eller antikorrupsionspolicy uttryckligen gäller för alla anställda och styrelseledamöter, att

policyn innehåller tydliga regler och restriktioner för gåvor och representation, samt att företaget ska ha en rapporteringskanal genom vilken anställda anonymt kan rapportera misstänkta brott mot antikorrupsionspolicyn (whistleblowing) utan risk för represalier. Avsnittet innehåller totalt 13 frågor. I tabellen nedan framgår hur många av företagen som fått full, halv eller ingen poäng på respektive fråga.

**TABELL 2 RESULTAT ANTIKORRUPTIONSPROGRAM FRÅGA FÖR FRÅGA**

FRÅGA NR	1 poäng	0,5 poäng	0 poäng
2. Efterlevnad av lagar, inklusive antikorrupsionslagar	20		0
4. Koden gäller för anställda och styrelseledamöter	9	11	0
8. Regler om gåvor, representation och utlägg	19		1
13. Förbud mot politiska bidrag eller krav på offentlig rapportering av sådana bidrag	19		1
11. Anonym rapporteringskanal för whistleblower	16	3	1
7. Antikorrupsionsutbildning för anställda och styrelseledamöter	4	15	1
1. Nolltoleransuttalande mot korruption	18		2
12. Regelbunden översyn av antikorrupsionsprogrammets implementering	14	4	2
6. Koden gäller för leverantörer	12	6	2
10. Förbud mot represalier mot whistleblower	16		4
9. Explicit förbud mot s.k. facilitation payments	14		6
5. Koden gäller för aktörer som agerar åt företaget t.ex. agenter	14		6
3. Ställningstagande från ledningens sida	13		7

Resultaten på frågorna var bättre än i den internationella studien på alla områden förutom förbud mot repressalier mot whistleblower (fråga 10), ledningen stöder antikorrupsionsarbetet (fråga 3) och koden gäller för anställda och styrelseledamöter (fråga 4). I båda undersökningarna kommer efterlevnad av lagar på första plats. På sista plats i den internationella studien kommer förbud mot s.k. facilitation payments, medan det i den svenska är ledningens stöd för antikorrupsionsarbetet (fråga 3) som kommer på sista plats. Resultatet när det gäller fråga 3 är sämre än i den förra svenska studien. Detta kan förklaras av att det inte är samma företag som deltar i denna studie som i den förra.

Implementeringen av ett antikorrupsionsprogram är något som många av de företag som ingick i studien har kommit långt med. Liksom i föregående studie bör det dock noteras att studien enbart fokuserar på förekomsten av program och vilka komponenter som programmet täcker.

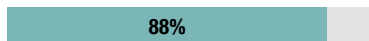
Som tidigare nämnts ombads samtliga företag att kommentera tillämpningen av deras antikorrupsionsprogram; (1) Hur väl anser ni att ni har lyckats implementera programmet i hela företaget? (2) Vilka är de största utmaningarna? Fem företag besvarade dessa frågor. På den första frågan har många företag svarat att de tycker att de har lyckats väl, men också att det måste vara en ständigt pågående process. På den andra frågan svarade flera företag att de största utmaningarna är att hålla antikorrupsionsarbetet levande, att det dagligen krävs arbete för att förebygga och upptäcka korruption i alla affärsförbindelser samt att företagen är verksamma i många länder där risken för korruption varierar. Koncernernas stora geografiska spridning och en högre grad av decentralisering innebär också en utmaning. Antikorrupsionsprogrammen implementeras allt oftare lokalt och med mindre inblandning från huvudkontoren.

## ORGANISATORISK TRANSPARENS

### I DEN SVENSKA STUDIEN



#### Medelpoäng

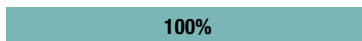


#### Högst: Telia Sonera



#### Lägst: Alfa Laval

### I DEN INTERNATIONELLA STUDIEN



I den internationella studien fick ett företag, Eni, 100 procent på organisatorisk transparens. 14 företag fick den lägsta poängen i studien, 13 procent. Medelvärdet var 39 procent, vilket är lägre än det sämsta resultatet i den svenska studien. Trots att inget av de svenska företagen fick 100 procent har 18 av 20 företag ett resultat på 75 procent. Det var endast tre företag som fick mer än 75 procent i den internationella studien.

### TABELL 3 RESULTAT ORGANISATORISK TRANSPARENS

<b>TELIA SONERA</b>	<b>88%</b>
<b>ASSA ABLOY, ATLAS COPCO, ELECTROLUX, ERICSSON, GETINGE, HANDELSBANKEN, HEXAGON, H&amp;M, INVESTOR, NORDEA, SANDVIK, SCA, SEB, SCANIA, SKF, TELE2, TELIA SONERA, VOLVO</b>	<b>75%</b>
<b>ALFA LAVAL</b>	<b>69%</b>

I det här avsnittet är det redovisningen av hel- och delägda<sup>6</sup> dotterbolag som har betygsatts. För att få full poäng krävs en fullständig förteckning över alla hel- och delägda dotterbolag, hur många procent företaget äger i respektive bolag, uppgifter om var bolagen är registrerade samt uppgifter om i vilka länder bolagen bedriver verksamhet. Avsnittet kan ses som en viktig del i arbetet mot att öka transparensen hos företag och därmed förtroendet hos olika intressenter.

<sup>6</sup> Intressebolag, samriskbolag och joint ventures

# LAND-FÖR-LAND-RAPPORTERING

## I DEN SVENSKA STUDIEN



Medelpoäng

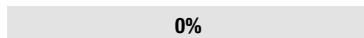
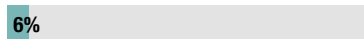


Högst: Tele2



Lägst: Hexagon, Scania, SKF

## I DEN INTERNATIONELLA STUDIEN



I land-för-land-rapporteringen i den internationella studien fick Statoil den högsta poängen, 66 procent. Genomsnittet var 6 procent och fler än 50 företag fick inga poäng alls. I den svenska studien var Tele2 det företag som fick högst poäng och har god marginal till H&M som kommer på en andraplacing. I den svenska studien var det endast tre företag, Hexagon, Scania och SKF som inte fick några poäng. Medelpoängen i den svenska studien, 16 procent, vittnar dock om att också i den svenska studien har många företag relativt låg poäng.

## TABELL 4 RESULTAT LAND-FÖR-LAND-RAPPORTERINGEN<sup>7</sup>

TELE2	80%	
H&M	40%	
SEB	28%	
NORDEA	27%	
ATLAS COPCO	23%	
ASSA ABLOY, HANDELSBANKEN, SCA	20%	
TELIA SONERA	11%	
SWEDBANK	10%	
ELECTROLUX	8%	
VOLVO	7%	
SANDVIK	5%	
ALFA LAVAL	4%	
ERICSSON	3%	
GETINGE	1%	
HEXAGON, SCANIA, SKF	0%	

<sup>7</sup> Exklusive Investor då Investor inte har några egna dotterbolag utanför Sverige

För att få full poäng på frågorna i det här avsnittet ska företagen redovisa intäkter, investeringar, inkomst före skatt, inkomstskatt och bidrag till välgörenhet i alla länder där företaget är verksam antingen direkt eller genom sina konsoliderade<sup>8</sup> dotterbolag.

Land-för-land-rapporteringen är för utomstående ett sätt att kontrollera att företagen betalar skatt i de länder där de är verksamma och att företagets pengar endast går till legitima ändamål och projekt i samhället. Det är en redovisning som ger bra insyn i företagens olika aktiviteter.

<sup>8</sup> Dotterbolag som ägs till mer än 50 procent

# REKOMMENDATIONER

TI Sveriges rekommendationer grundar sig till stor del i de rekommendationer som finns i den internationella studien.

## TILL FÖRETAG

### **Alla företag bör se till att ledningen skickar tydliga signaler om vikten av antikorrupsionsarbetet**

Det har i studien framkommit att hela sju av de 20 undersökta företagen inte har ett tydligt uttalande från ledningens sida om vikten av antikorrupsionsarbetet. En effektiv tillämpning av ett antikorrupsionsprogram kräver ett starkt engagemang från ledningens sida.

### **Krav måste ställas på företagets affärspartners att tillämpa samma strikta regler som man själv gör**

TI Sverige välkomnar att allt fler företag utvecklar robusta antikorrupsionsprogram. Alla dessa företag uppmanas ställa krav på sina affärspartners att tillämpa samma strikta regler.

### **Publicera fullständig lista över dotterbolag, joint-ventures och andra företag som moderbolaget har intressen i**

Flertalet företag som ingår i studien har visat sig publicera en fullständig eller nästan fullständig information om intressen i andra bolag. De som ännu inte gjort detta, uppmanas att göra så.

### **Publicera uppgifter om rörelseresultat, investeringar, skattebetalningar och bidrag till välgörenhet land-för-land**

Alla företag som är verksamma i olika länder måste som underlag för sin årsredovisning hämta in finansiella uppgifter från alla de länder i vilka de är verksamma. Informationen bör av alla göras offentligt tillgänglig i syfte att öka transparensen om företagets verksamhet.

## TILL REGERINGEN

### **Översynen av reglerna om företagsbot måste ske skyndsamt**

Sverige fick i den granskning som, gjordes redan 2013 av Sveriges implementering av OECD-konventionen mot givande av muta i internationella affärstransaktioner bl.a., kritik för att någon juridisk person aldrig ställts

till svars i samband med brott mot konventionen och för att företagsboten är alldeles för låg. Det påpekades att en bot bör kunna användas även mot mellanhänder och agenter. Översynen av reglerna om företagsbot måste ske skyndsamt.

### **Uppmana företag att utarbeta antikorrupsionsprogram**

Regeringen bör aktivt uppmana företag att utarbeta antikorrupsionsprogram i dialog med företagen och deras organisationer.

### **Verka för utvidgade EU-regler med krav att företagen ska rapportera land-för-land**

Regeringen uppmanas att i EU verka för att krav på land-för-land-rapportering ska införas för alla multinationella företag.

## **TILL INVESTERARE**

Både institutionella och privata investerare bör kräva rapportering om antikorrupsionsprogram, konsoliderade och icke-konsoliderade dotterbolag och land-för-land-rapportering.

Kreditvärderingsinstitut och institut som publicerar index över ”corporate social responsibility” bör beakta förekomsten av antikorrupsionsprogram, organisatorisk transparens och land-för-land-rapportering i sina utvärderingsmodeller.

Internationella redovisningsstandarder bör ställa krav på organisatorisk transparens och land-för-land-rapportering.



# BILAGA 1 – FRÅGEFORMULÄR

## Fri översättning från TI-S frågeformulär på engelska

### I. Rapportering om antikorrupsionsprogram

1. Har företaget ett antikorrupsionsåtagande som publicerats offentligt?
2. Har företaget offentligt åtagit sig att efterleva alla relevanta lagar, inklusive antikorrupsionslagar?
3. Visar företagens ledning (medlemmar av koncernledningen eller styrelsen) stöd för antikorrupsionsarbetet?
4. Gäller företagens uppförandekod/antikorrupsionspolicy uttryckligen för alla anställda och styrelseledamöter?
5. Gäller företagens antikorrupsionspolicy uttryckligen för personer som inte är anställda men som har bemyndigats att agera på företagens vägnar eller företräda det (till exempel: agenter, rådgivare, representanter eller mellanhänder)?
6. Gäller företagens antikorrupsionsprogram för personer eller organisationer som enligt kontrakt förser företaget med varor och tjänster men som inte styrs av företaget (till exempel: fristående entreprenörer, underentreprenörer, leverantörer)?
7. Har företaget ett utbildningsprogram i antikorrupsion för sina anställda och styrelseledamöter?
8. Har företaget en policy om gåvor, representation och utlägg?
9. Finns det en policy som uttryckligen förbjuder s.k. facilitation payments?
10. Finns det möjlighet inom ramen för antikorrupsionsprogrammet för anställda och andra att ta upp frågor om missförhållanden och oro och rapportera om överträdelse utan risk för represalier?
11. Har företaget en rapporteringskanal genom vilken anställda kan rapportera misstänkta brott mot antikorrupsionspolicyn, och tillåter kanalen hemlig och/eller anonym rapportering (whistleblowing)?
12. Gör företaget regelbundet en översyn av sitt antikorrupsionsprogram för att kontrollera programmets lämplighet, tillräckliga omfattning och effektivitet och för att genomföra eventuellt behövliga förbättringar?
13. Har företaget en policy om bidrag till politiska partier som endera förbjuder sådana bidrag eller om den inte gör det, kräver att sådana bidrag ska göras offentliga?

## II. Organisatorisk transparens

14. Publicerar företaget en förteckning över alla helt konsoliderade bolag<sup>9</sup>?
15. Publicerar företaget hur många procent företaget äger i de helt konsoliderade bolagen?
16. Publicerar företaget uppgifter om var de helt konsoliderade bolagen är registrerade?
17. Publicerar företaget i vilka länder de helt konsoliderade bolagen är verksamma?
18. Publicerar företaget uppgifter om alla sina innehav i icke-helt konsoliderade bolag<sup>10</sup> (intressebolag, samriskbolag, s.k. joint ventures)?
19. Publicerar företaget hur stor andel det äger i de icke konsoliderade bolagen?
20. Publicerar företaget uppgifter om var de icke konsoliderade bolagen är registrerade?
21. Publicerar företaget uppgifter om var de icke konsoliderade bolagen bedriver verksamhet?

## III. land-för-land-rapportering

22. Publicerar företaget uppgifter om intäkter/försäljning i land x?
23. Publicerar företaget uppgifter om investeringar i land x?
24. Publicerar företaget uppgifter om sin inkomst före skatt i land x?
25. Publicerar företaget hur mycket det betalar i inkomstskatt i land x?
26. Publicerar företaget hur mycket man bidrar till välgörenhet i land x?

9. Helt konsoliderat bolag definieras som dotterbolag som ägs till mer än 50%.

10. Icke-helt konsoliderat bolag definieras som företag som ägs till 50% eller mindre.

## **BILAGA 2 – FÖRÄNDRINGAR I BETYGSÄTTNINGEN I 2014 ÅRS STUDIE I JÄMFÖRELSE MED 2012 ÅRS STUDIE**

### **Antikorruptionsprogram**

- För att få full poäng på frågorna 4 och 7 måste krav på utbildning täcka inte bara alla anställda utan också styrelseledamöter. Ändringen motiveras av den skärpning som gjorts i riktlinjerna ”Business Principles for Countering Bribery”. Endast företag som uttryckligen nämner både anställda och styrelseledamöter får full poäng.
- 2012 gavs 0,5 poäng på fråga 5 om agenter eller representanter uppmuntrades att tillämpa företagets program, även om de inte behövde göra det. I 2014 års studie har 0,5 alternativet tagits bort. 1 poäng ges bara om agenter och representanter måste följa företagets program.
- På fråga 6 har reglerna ändrats. För att få full poäng krävs att personer eller företag som levererar varor eller tjänster enligt kontrakt med företaget, 1) måste tillämpa företagets program, en motsvarighet till det eller en leverantörskod utfärdad av företaget, 2) att företaget kontrollerar tillämpningen, och att 3) företaget följer upp att leverantörerna fortsatt tillämpar företagets kod.
- På fråga 11 krävs i 2014 års studie att ett företag inte bara har en kanal för rapportering som garanterar konfidentialitet men som också kan användas för två-vägs kommunikation.
- På fråga 13 gavs i 2012 års studie 0,5 poäng om företaget offentliggjorde bidrag till politiska partier för några men inte alla länder, till exempel i det land där företaget har sin hemvist. I 2014 års studie får företaget 0 poäng om det inte offentliggör politiska bidrag i alla länder.

### **Organisatorisk transparens**

- För full poäng krävs att företaget publicerar alla sina innehav i andra bolag, inte bara de som gäller innehav i konsoliderade bolag. Om man bara publicerade de konsoliderade bolagen får man 0,5 poäng.
- I 2012 års rapport inkluderades inte svaren på frågorna 17 och 21 på grund av problem som uppkom under insamlandet av data. I 2014 års studie ingår alla frågorna under organisatorisk transparens.

### **Land-för-land-rapportering**

- På fråga 22 får företag som enbart rapporterar intäkter i de länder där företagets kunder är lokaliserade 0,5 poäng.
- På fråga 26 krävs för poäng att de belopp som avsätts till välgörenhet redovisas land-för-land. En beskrivning som inte avslöjar beloppen ger inga poäng.

## BILAGA 3 – SAMMANVÄGT TRANSPARENSINDEX

Det sammanvägda transparensindexet presenteras här på ett liknande sätt som i den internationella studien. Indexet är ett genomsnitt av resultaten av företagens rapportering på de tre olika aspekterna i undersökningen, det vill säga antikorrupsionsprogram (AK), organisatorisk transparens (OT) respektive land-för-land-rapportering (LFL).

**TABELL 5 RESULTAT SAMMANVÄGT TRANSPARENSINDEX<sup>11</sup>**

	AK	OT	LFL	Totalt
Tele2	85%	75%	80%	8,0
H&M	85	75	40	6,7
SEB	92	75	28	6,5
SCA	96	75	20	6,4
Atlas Copco	92	75	23	6,3
Assa Abloy	92	75	20	6,2
Telia Sonera	85	88	11	6,1
Ericsson	100	75	3	5,9
Nordea	73	75	27	5,8
Electrolux	88	75	8	5,7
Sandvik	92	75	5	5,7
Scania	92	75	0	5,6
SKF	92	75	0	5,6
Swedbank	73	75	10	5,3
Volvo	77	75	7	5,3
Alfa Laval	73	69	4	4,9
Hexagon	69	75	0	4,8
Handelsbanken	42	75	20	4,6
Getinge	42	75	1	3,9

Tele2 är det företag som fick högst poäng i det sammanvägda transparensindexet. Det är tydligt från tabellen ovan att företagen måste vara relativt starka på alla tre aspekterna av rapporteringen för att få ett bra sammanvägt resultat. Det räcker inte att bara vara mycket stark på en aspekt.

11. Exklusive Investor då Investor är exkluderat från land-för-land-rapporteringen





## **OM TRANSPARENCY INTERNATIONAL**

Transparency International (TI) är ett globalt nätverk av ideella organisationer för bekämpning av korruption med huvudsäte i Berlin. I sitt arbete verkar TI för öppenhet och integritet. Sedan grundandet 1993 har TI lyckats i sin målsättning att sätta korruption på den internationella agendan och blivit en internationell auktoritet på områden som rör korruption.

Transparency International Sverige (TI Sverige) är TI:s svenska avdelning. Som oberoende ideell organisation bedriver TI Sverige en bred informationsverksamhet och opinionsbildning för att sprida kunskap om korruptionens skadliga verkningar och verkar för ökad transparens i såväl offentlig som privat sektor.

TI Sverige finansieras med medlemsavgifter och bidrag från privatpersoner och företag.

### **Vi behöver ditt stöd!**

Såväl privatpersoner som företag kan ansöka om medlemskap i Transparency International Sverige. Välkommen att kontakta oss om du vill ha mer information om Transparency International Sveriges verksamhet.

[www.transparency-se.org](http://www.transparency-se.org)

[info@transparency-se.org](mailto:info@transparency-se.org)

Tel 08-791 40 40

Bankgiro: 5858-3519