

**IP**

Indikatorprotokoll  
Produktansvar (PR)

## Indikatorprotokoll: Produktansvar

### Resultatindikatorer

#### Aspekt: Kundernas hälsa och säkerhet

- KÄRN** **PR1** De faser i livscykeln då produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet ska utvärderas i förbättringssyfte, och andelen av väsentliga produkt- och tjänstekategorier som genomgått sådana utvärderingsprocesser.
- TILLÄGGS-** **PR2** Totalt antal fall där bestämmelser och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan från produkter och tjänster under deras livscykel inte följts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad.

#### Aspekt: Märkning av produkter och tjänster

- KÄRN** **PR3** Typ av produkt- och tjänsteinformation som krävs enligt rutinerna, samt andel i procent av produkter och tjänster som berörs av dessa krav.
- TILLÄGGS-** **PR4** Totalt antal fall där bestämmelser och frivilliga koder för information om och märkning av produkter och tjänster inte följts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad.
- TILLÄGGS-** **PR5** Rutiner för kundnöjdhet, inklusive resultat från kundundersökningar.

#### Aspekt: Marknadskommunikation

- KÄRN** **PR6** Program för efterlevnad av lagar, standarder och frivilliga koder för marknadskommunikation, inklusive marknadsföring, PR och sponsring.
- TILLÄGGS-** **PR7** Totalt antal fall där bestämmelser och frivilliga koder gällande marknadskommunikation, inklusive annonsering, marknadsföring och sponsring inte följts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad.

#### Aspekt: Kundernas integritet

- TILLÄGGS-** **PR8** Totalt antal underbyggda klagomål gällande överträdelser mot kundintegriteten och förlust av kunddata.

#### Aspekt: Efterlevnad

- KÄRN** **PR9** Betydande bötesbelopp för brott mot gällande lagar och bestämmelser gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster.



## Relevans

Gruppen produktansvarsindikatorer behandlar effekterna på kunder och användare från hanteringen av produkter och tjänster. Organisationer förväntas iaktta försiktighet när de utformar sina produkter och tjänster samt försäkra sig om att de är anpassade till hur de ska användas och inte skapar oavsedda faror för hälsa och säkerhet. Dessutom ska kommunikation om både produkter och tjänster samt användare ta hänsyn till vilka informationsbehov kunder har och deras rättigheter i fråga om integritet. Indikatorerna har strukturerats i huvudsak i par, med en kärnindikator som syftar till att ge information om vilka rutiner som finns för att behandla respektive aspekt och en tilläggsindikator som ska ge information om i vilken grad rutinerna efterlevs.

## Definitioner

### Typer av överträdelser

Domstolsutslag om överträdelse av bestämmelser eller lagar, kategoriserade efter vilken typ av lag eller bestämmelse som överträts.

### Information om och märkning av produkter och tjänster

"Information om" och "märkning av" används som synonymer och beskriver vilken information som lämnats tillsammans med produkten eller tjänsten och hur dess egenskaper beskrivits.

### Kundernas integritet

Kundens rätt till integritet och rätt att dra sig undan, inklusive frågor som skydd av data, användning av information bara för det ändamål den ursprungligen insamlats (om inte annat särskilt avtalats), kravet att tillgodose konfidentialitet och skydd mot felaktig behandling och stöld. Med kund avses slutkund (konsument) såväl som kunder i handel mellan företag.

### Marknadskommunikation

Kombinationen av strategier, system, metoder och aktiviteter som används av en organisation för att främja dess anseende, varumärken, produkter och tjänster hos målgrupper. Marknadskommunikation kan innefatta aktiviteter som annonsering, direktförsäljning, marknadsföring, PR och sponsorskap.

## Allmänna hänvisningar

- OECD Guidelines for Multinational Enterprises, Revision 2000.



**PR1. De faser i livscykeln då produkter och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet ska utvärderas i förbättringssyfte, och andelen av väsentliga produkt- och tjänstekategorier som genomgått sådana.**

**1. Relevans**

Detta mått bidrar till att visa förekomsten och omfattningen av systematiskt arbete för att behandla hälso- och säkerhetsfrågor över hela livscykeln för en produkt och/eller tjänst. Kunder förväntar sig att produkter och tjänster ska utföra sina avsedda funktioner tillfredsställande utan att vara en risk för hälsa och säkerhet. Detta ansvar följer inte bara av lagar och förordningar, utan behandlas även i frivilliga koder som OECD Guidelines for Multinational Enterprises.

Arbete som gjorts för att skydda hälsa och säkerhet för dem som använder eller levererar produkten/tjänsten har en direkt påverkan på organisationens anseende, organisationens legala och ekonomiska risk på grund av återkallande, marknadsdifferentiering i fråga om kvalitet samt på de anställdas motivation.

**2. Sammanställning**

**2.1** För vart och ett av följande stadier i livscykeln, redovisa om frågor om påverkan på hälsa och säkerhet av produkter och tjänster har utvärderats för att se om förbättringar kan göras:

	Ja	Nej
Utveckling av produktkoncept		
Forskning och utveckling		
Tillståndsansökan och godkännande		
Tillverkning och produktion		
Marknadsföring		
Lagring, distribution och inköp		
Användning och service		
Kassering, återvinning och återanvändning		

**2.2** Redovisa procentsatsen för betydande produkt- och tjänstekategorier som med sådana rutiner täcks och utvärderas med hänsyn till efterlevnad.

**3. Definitioner**

Inga.

**4. Dokumentation**

Möjliga informationskällor kan vara den redovisande organisationens avdelningar för juridik och försäljning såväl som dokumentation som samlas in via kvalitetskontrollsystem.

**5. Hänvisningar**

- OECD Guidelines for Multinational Enterprises, Revision 2000.



**PR2. Totalt antal fall där bestämmelser och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan från produkter och tjänster under deras livscykel inte följts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad.**

**1. Relevans**

Skydd för hälsa och säkerhet är ett vedertaget mål för många nationella och internationella regelsystem. Att inte följa lagkrav tyder antingen på otillräckliga interna styrsystem och rutiner eller på att sådana inte införts. Utöver direkta finansiella konsekvenser ger en situation där man under längre tid inte följer bestämmelserna en ökad finansiell risk för skada både på organisationens anseende och på de anställdas motivation. Antalet överträdelser för en organisation bör hållas så lågt som möjligt. De trender som visas av denna indikator visar förbättringar eller försämringar i hur väl den interna kontrollen fungerar.

**2. Sammanställning**

- 2.1** Denna indikator behandlar produktens eller tjänstens livscykel från det den är tillgänglig för användning och därför omfattas av de regelsystem som avser produkters och tjänsters hälsa och säkerhet.
- 2.2** I de fall den redovisande organisationen inte identifierat någon överträdelse av regelsystem eller frivilliga koder, räcker det att kort ange detta.
- 2.3** Redovisa det totala antalet fall av överträdelse av regelsystem och frivilliga koder för produkters hälsa och säkerhet under redovisningsperioden.
- 2.4** Denna indikator avser överträdelser under redovisningsperioden. Om ett väsentligt antal fall rör händelser under tidigare år, ska detta omnämnas.
- 2.5** Sådana överträdelser för vilka det har fastställts att organisationen inte hade någon skuld ska inte räknas in i denna indikator.
- 2.6** Redovisa totala antalet överträdelsefall som rör produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet uppdelat på:
  - överträdelser av regelsystem som lett till böter eller påföljd,

- överträdelser av regelsystem som lett till varning och
- överträdelser av frivilliga koder.

**3. Definitioner**

Inga.

**4. Dokumentation**

Möjliga informationskällor kan vara den redovisande organisationens avdelningar för juridik och forskning och utveckling såväl som dokumentation som insamlas genom kvalitetskontrollsystem.

**5. Hänvisningar**

Inga.



### PR3. Typ av produkt- och tjänste-information som krävs enligt rutinerna, samt andel i procent av produkter och tjänster som berörs av dessa krav.

#### 1. Relevans

Tillgänglig och korrekt information om produkters och tjänsters hållbarhetspåverkan (positiv och negativ) är nödvändig för att kunder och slutanvändare ska kunna göra välgrundade inköpsval och för att deras preferenser ska återspeglas i marknaden. Att tillhandahålla korrekt information och märkning beträffande hållbarhetspåverkan kan direkt kopplas till olika typer av regelsystem och koder (som nationella lagar eller OECD Guidelines for Multinational Enterprises) och, kanske även, till strategier för differentiering av varumärken och marknadsposition. Detta mått bidrar till att visa i vilken grad information och märkning behandlar en produkts eller tjänsts hållbarhetspåverkan.

#### 2. Sammanställning

2.1 Ange om den redovisande organisationens process för information om och märkning av produkter och tjänster kräver följande information om produkter och tjänster:

	Ja	Nej
Varifrån beståndsdelarna för produkten eller tjänsten kommer		
Innehåll, särskilt avseende ämnen som kan ge miljöpåverkan eller social påverkan		
Säkerhet vid användningen av produkten eller tjänsten		
Kassering av produkten och miljöpåverkan och social påverkan av detta		
Annat (förklara)		

2.2 Redovisa procentandelen av betydande produkt- eller tjänstekategorier som omfattas av sådana processer och för vilka bedömning av efterlevnaden görs.

#### 3. Definitioner

Inga.

#### 4. Dokumentation

Möjliga informationskällor kan vara avdelningarna för juridik och försäljning samt den dokumentation som insamlas via kvalitetskontrollsystemen.

#### 5. Hänvisningar

- OECD Guidelines for Multinational Enterprises, Revision 2000.



**PR4. Totalt antal fall där bestämmelser och frivilliga koder för information om och märkning av produkter och tjänster inte följts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad.**

**1. Relevans**

Att tydligt och lättillgängligt ge information om och märka produkter och tjänster är ett område som omfattas av många lagar och bestämmelser. Att inte följa sådana lagar och bestämmelser tyder antingen på att interna styrssystem och rutiner är otillräckliga eller på att sådana inte införts. Utöver direkta finansiella konsekvenser, som böter och påföljder, ger en situation där man inte följer bestämmelserna en risk för skada på både organisationens anseende och på de anställdas lojalitet och arbetstillfredsställelse. Antalet överträdelsefall för en organisation bör hållas så lågt som möjligt. De trender som visas av denna indikator kan visa förbättringar eller försämringar i hur väl den interna kontrollen fungerar.

**2. Sammanställning**

- 2.1** Denna indikator avser överträdelsefall som under perioden identifierats som sådana. Om ett väsentligt antal överträdelsefall rör händelser under tidigare år, ska detta omnämnas.
- 2.2** I de fall den redovisande organisationen inte identifierat några överträdelsefall av regelsystem och frivilliga koder räcker det att kort ange detta.
- 2.3** Redovisa det totala antalet fall av överträdelsefall under redovisningsperioden av regelsystem och frivilliga koder gällande information om och märkning av produkter och tjänster.
- 2.4** Sådana överträdelsefall för vilka det har fastställts att organisationen inte hade någon skuld ska inte räknas in i denna indikator.
- 2.5** Redovisa totala antalet överträdelsefall av regelsystem gällande information och märkning av produkter och tjänster uppdelat på:
  - överträdelsefall av regelsystem som lett till böter eller påföljd,

- överträdelsefall av regelsystem som lett till varning och
- överträdelsefall av frivilliga koder.

**3. Definitioner**

Inga.

**4. Dokumentation**

Möjliga informationskällor kan vara den redovisande organisationens avdelningar för juridiska och tekniska frågor samt dokumentation som insamlas via kvalitetskontrollsystem.

**5. Hänvisningar**

Inga.



## **PR5. Rutiner för kundnöjdhet, inklusive resultat från kundundersökningar.**

### **5. Hänvisningar**

Inga.

#### **1. Relevans**

Kundnöjdhet är ett mått på en organisations känslighet för kundernas behov och ur ett organisationsperspektiv är den en nödvändig faktor för att företaget ska lyckas på lång sikt. Sett ur hållbarhetssynpunkt ger kundnöjdheten insyn i hur organisationen hanterar sina relationer med en av intressegrupperna, nämligen kunderna. Måttet kan användas tillsammans med andra hållbarhetsmått. När det används tillsammans med andra, kan kundnöjdheten ge insyn i till vilken grad en organisation tar hänsyn till andra intressenters behov.

#### **2. Sammanställning**

- 2.1** Redogör för vilka rutiner som används för hela organisationen för att utvärdera och behålla kundnöjdhet som:
- hur ofta kundnöjdheten mäts,
  - vilka standardiserade krav som ställs på metoderna för att mäta kundnöjdheten och
  - på vilket sätt kunderna ger återkoppling.
- 2.2** Redovisa resultaten eller de viktigaste slutsatserna av de undersökningar (på basis av statistiskt relevanta stickprovsstorlekar) som företagits under redovisningsperioden som haft att göra med information om:
- organisationen som helhet,
  - en större produkt-/tjänstekategori eller
  - viktigare verksamhetsplatser.
- 2.3** Identifiera för varje undersökningsresultat som redovisas vilken produkt-/tjänstekategori eller vilka verksamhetsplatser det hänför sig till.

#### **3. Definitioner**

Inga.

#### **4. Dokumentation**

Möjliga informationskällor kan vara den redovisande organisationens avdelningar för kundrelationer och forskning och utveckling.



## **PR6. Program för efterlevnad av lagar, standarder och frivilliga koder för marknadskommunikation, inklusive marknadsföring, PR och sponsring.**

### **1. Relevans**

Marknadskommunikation utformas för att påverka uppfattningar och inköpsbeslut. Marknadskommunikation som inte följer allmänt accepterade etiska eller kulturella standarder eller standarder för integritet, som ger uttryck för dubbelmoral eller som försöker påverka sårbara mottagare såsom barn, kan vara väsentliga frågor för intressenter, vilket den ökande konsumentaktivismen utvisar. Marknadsföringsmetoder som ses som otillbörliga kan medföra risker för organisationer som att kunder och andra intressenter tar avstånd, skada för anseendet, finansiella kostnader och rättliga åtgärder.

Förutom nationella och internationella juridiska ramverk söker frivilliga koder och koder som är självreglerande (som ICC International Code of Advertising Practice eller OECD Guidelines for Multinational Enterprises) formulera ansvarsbegrepp för marknadskommunikation. Att anta sådana koder eller bestämmelser som är självreglerande, kan hjälpa organisationer att säkerställa att deras rutiner för marknadskommunikation är i överensstämmelse med allmänt accepterade standarder.

### **2. Sammanställning**

- 2.1** Redogör för de koder eller frivilliga standarder för marknadskommunikation som tillämpas i hela organisationen.
- 2.2** Redovisa hur ofta organisationen följer upp efterlevnaden av dessa standarder eller koder.
- 2.3** Ange om organisationen säljer produkter som är:
  - förbjudna på vissa marknader eller
  - föremål för frågor från intressenter eller offentlig debatt.
- 2.4** Redogör för hur organisationen har svarat på frågor eller oro som uttryckts beträffande dessa produkter.

### **3. Definitioner**

Inga.

### **4. Dokumentation**

Möjliga informationskällor kan vara den redovisande organisationens avdelningar för juridik, försäljning och marknadsföring.

### **5. Hänvisningar**

- Rekommendationer från Internationella handelskammaren (dvs ICC International Code of Advertising Practice) och de codes of conduct som hör till denna.
- OECD Guidelines for Multinational Enterprises, Revision 2000.



**PR7. Totalt antal fall där bestämmelser och frivilliga koder gällande marknads-kommunikation, inklusive annonsering, marknadsföring och sponsring inte följts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad.**

**1. Relevans**

Att inte följa lagar och bestämmelser tyder antingen på att interna styrsystem och rutiner är otillräckliga eller på att sådana inte införts på ett tillräckligt bra sätt. Utöver direkta finansiella konsekvenser, som böter och påföljder, ger en situation där man inte följer bestämmelserna en risk för skada på både organisationens anseende och på kunders lojalitet och på kundnöjdheten. Antalet överträdelser för en organisation, bör hållas så lågt som möjligt. De trender som visas av denna indikator kan visa förbättringar eller försämringar i hur väl den interna kontrollen fungerar.

**2. Sammanställning**

- 2.1** Denna indikator avser överträdelser under redovisningsperioden. Om ett väsentligt antal av överträdelserna rör tidigare år, ska detta omnämnas.
- 2.2** I de fall den redovisande organisationen inte identifierat några överträdelser av regelsystem och frivilliga koder, räcker det att kort ange detta.
- 2.3** Redovisa totala antalet fall av överträdelse av regelsystem som rör marknads-kommunikation under redovisningsperioden.
- 2.4** Sådana överträdelser för vilka det har fastställts att organisationen inte hade någon skuld, ska inte räknas in i denna indikator.
- 2.5** Redovisa totala antalet överträdelser av regelsystem gällande marknads-kommunikation uppdelat på:
  - överträdelser av regelsystem som lett till böter eller påföljd,
  - överträdelser av regelsystem som lett till varning och
  - överträdelser av frivilliga koder.

**3. Definitioner**

Inga.

**4. Dokumentation**

Möjliga informationskällor kan vara den redovisande organisationens avdelningar för juridik, försäljning och marknadsföring.

**5. Hänvisningar**

Inga.



## **PR8. Totalt antal underbyggda klagomål gällande överträdelser mot kundintegriteten och förlust av kunddata.**

### **1. Relevans**

Att skydda kundernas integritet är ett allmänt erkänt mål i nationell lagstiftning och policyer för organisationer. Att inte följa lagar och bestämmelser tyder antingen på att interna styrsystem och rutiner är otillräckliga eller på att sådana inte införts på ett tillräckligt bra sätt. Denna indikator ger en utvärdering av hur väl styrsystem och rutiner som har att göra med kundernas integritet, fungerar. Utöver direkta finansiella konsekvenser, som böter och påföljder, ger en situation där man inte följer bestämmelserna, en risk för skada på både organisationens anseende, på kunders lojalitet och på kundnöjdheten. Antalet överträdelser för en organisation bör hållas så lågt som möjligt. Trender som visas av denna indikator, kan visa förbättringar eller försämringar i hur väl den interna kontrollen fungerar.

### **2. Sammanställning**

- 2.1** Redovisa totala antalet klagomål gällande överträdelser av bestämmelser för hantering av kundernas integritet under redovisningsperioden.
- 2.2** Om ett väsentligt antal av dessa överträdelser rör händelser under tidigare år, ska detta omnämnas.
- 2.3** Redovisa totala antalet underbyggda klagomål organisationen tagit emot som rör överträdelser av bestämmelser för hantering av kundernas integritet, uppdelat på följande kategorier:
  - klagomål som tagits emot från utomstående och som av organisationen konstaterats vara underbyggda och
  - klagomål som tagits emot från tillsynsmyndigheter.
- 2.4** Redovisa det totala antalet identifierade läckor, stölder och förluster av kunddata.
- 2.5** I de fall den redovisande organisationen inte identifierat några underbyggda klagomål, räcker det att kort ange detta.

### **3. Definitioner**

#### **Överträdelse av bestämmelser om kundernas integritet**

Täcker varje överträdelse av gällande legala regelsystem och (frivilliga) standarder som den redovisande organisationen anslutit sig till och som avser skydd av kundernas integritet.

#### **Underbyggt klagomål**

Skriftligt uttalande från tillsynsmyndighet eller liknande adresserat till den redovisande organisationen som identifierar överträdelse av bestämmelser för kundernas integritet, eller ett klagomål som mottagits av organisationen och som har erkänts av organisationen som legitimt.

### **4. Dokumentation**

Information kan hämtas från avdelningar för kundservice, PR och/eller juridik.

### **5. Hänvisningar**

Inga.



## **PR9. Betydande bötesbelopp för brott mot gällande lagar och bestämmelser gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster.**

### **1. Relevans**

Nivån på antalet överträdelser för en organisation visar företagsledningens förmåga att säkerställa att verksamheten lever efter vissa resultatparametrar. Ur ekonomisk synpunkt, innebär ett säkerställande av att lagar och andra bestämmelser följs, att man reducerar den finansiella risken som uppkommer antingen direkt genom böter eller indirekt genom påverkan på anseendet. Hur väl en organisation sköter sin efterlevnad kan också påverka dess möjligheter att utvidga sin verksamhet eller få nya tillstånd.

### **2. Sammanställning**

- 2.1** Redovisa administrativa eller legala påföljder som utdömts mot organisationen för överträdelser av lagar och bestämmelser, däribland internationella deklARATIONER/konventioner/avtal och nationella, delstatliga etc., regionala och lokala bestämmelser som rör tillhandahållandet och användningen av den rapporterade organisationens produkter och tjänster. Relevant information för denna indikator innefattar men är inte begränsad till data från PR2, PR4 och PR7.
- 2.2** Redovisa totalt belopp för betydande böter.
- 2.3** I de fall den redovisande organisationen inte identifierat några överträdelser av lagar eller bestämmelser, räcker det att kort ange detta.

### **3. Definitioner**

Inga.

### **4. Dokumentation**

Datakällor kan vara revisionsresultat eller de system den juridiska avdelningen har för att följa kontakter med tillsynsmyndigheten. Information om bötesbelopp kan man finna hos redovisningsavdelningarna.

### **5. Hänvisningar**

Inga.

