

# PRECIS

## **Normer för PRECIS – Föreningen Public Relations Konsultföretag i Sverige**

### **1. PR-konsultbranschen**

Precis är en sammanslutning av företag i PR- och kommunikationskonsultbranschen. Dessa normer syftar till att ge medlemsföretagen – men också deras kunder – ledning om vad som är god sed i branschen. Normer kan vägleda i komplicerade situationer, men de kan aldrig ersätta lagstiftning eller eget omdöme.

PR- eller kommunikationskonsultföretag (fortsättningsvis benämnda ”PR-konsultföretag”) bistår uppdragsgivare i deras kommunikation med enskilda och grupper i samhället. Hur uppdragen utförs är styrt av kundernas önskemål och av konsultföretagens professionella metoder och etiska normer. Spektret av tjänster sträcker sig från rådgivning till implementering.

PR-konsultföretagen bistår sina kunder (företag, organisationer, myndigheter och enskilda personer) gentemot många målgrupper (konsumenter, medarbetare, politiska beslutsfattare, aktörer på finansmarknader, myndigheter etc). Massmedia är en kanal – men sällan den enda – för att nå dessa målgrupper.

### **2. PR-konsultbranschen och samhället**

I ett öppet och demokratiskt samhälle har alla rätt att uttrycka sina uppfattningar och försöka övertyga andra, men också att anlita professionell hjälp för att göra så.

PR-konsultföretagen verkar inom ramen för detta öppna samhälle, följer dess lagar, regler och normer samt arbetar med uppdragsgivare som gör detsamma.

Demokratin, yttrandefriheten, den fria åsiktsbildningen och den fria konkurrensen – men också värden som öppenhet och tolerans - utgör viktiga förutsättningar för PR-konsultföretagens möjlighet att verka.

### **3. Sekretess**

Information som en uppdragsgivare givit i förtroende och som inte är offentlig, ska inte utan tillåtelse från uppdragsgivaren delges andra parter. PR-konsultföretagens nuvarande och tidigare uppdragsgivare ska kunna lita på att dessa uppgifter förblir konfidentiella.

Alla anställda på PR-konsultföretag ska genom avtal med företaget åläggas tystnadsplikt för sådant som gäller uppdragsgivares verksamhet, såväl under som efter anställningen i företaget.

Sekretess gäller inte allmänt kända uppgifter eller resonemang som grundar sig på sådana uppgifter. Om det råder tvekan kring vilka uppgifter som är att betrakta som konfidentiella ska PR-konsultföretaget bringa reda i detta med uppdragsgivaren.

#### **4. Metoder och ersättning**

PR-konsultföretagen och deras uppdragsgivare är aktiva på samhällsområden som är föremål för legal och frivillig reglering. Yttrandefrihetslagstiftning, pressetiska regler, insiderlagstiftning, börskontrakt, offentlighetsprincip etc. utgör det ramverk inom vilket PR-konsultföretagen verkar. Ett PR-konsultföretag kan givetvis inte göra något som en enskild medborgare eller annat företag inte kan göra.

Utöver detta ska PR-konsultföretaget uppträda hederligt och ärligt, samt i övrigt följa god affärssed.

Ett PR-konsultföretag får inte avsiktligt vilseleda kring fakta eller de intressen företaget företräder. Att kontakta intressenter under falska förespeglningar – exempelvis genom att utge sig för att vara journalist – är inte tillåtet.

Däremot kan en uppdragsgivare delegera uppgifter till ett PR-konsultföretag, vars medarbetare – för uppdragsgivarens räkning och inom gällande regler och överenskommelser – därmed kan agera i uppdragsgivarens namn.

PR-konsultföretaget får inte heller bryta mot regler eller avtal som reglerar uppdragsgivarens verksamhet och som PR-konsultföretaget har anledning att känna till. Detta gäller även om uppdragsgivaren skulle vilja bryta mot dessa regler. Det är PR-konsultföretagets skyldighet att upplysa kunden om att den bryter eller ämnar bryta mot föreliggande normer.

Ett PR-konsultföretag har inte någon allmän skyldighet att för utomstående berätta om sina uppdragsgivare eller uppdragens art. I en aktiv kontakt med tredje part i ett enskilt ärende - till exempel en journalist eller en beslutsfattare – bör dock PR-konsultföretaget på anmodan redovisa vem uppdragsgivaren är.

I allmänt hållna underhandskontakter eller samtal – exempelvis för orientering i en viss fråga – har kommunikationskonsulten ingen skyldighet att berätta om sina uppdragsgivare.

En enskild kommunikationskonsult ska inte ge aktiva råd till kund som önskar påverka beslut i folkvald församling där kommunikationskonsulten själv ingår. Konsulten får heller inte i sin yrkesutövning missbruka eventuella tillträdesprivilegier som han eller hon åtnjuter som folk- eller förtroendevald.

Om ett PR-konsultföretag väljer att ta betalt per timme, per enskilt projekt, för uppnått resultat eller enligt någon annan variabel är en fråga mellan företaget och uppdragsgivaren. PR-konsultföretag ska dock prissätta sina tjänster på ett sätt som inte riskerar andra yrkesgruppers integritet, vilket innebär att prissättning av en tjänst som är direkt koppad till enskilda befattningshavares beslut om till exempel

införande av artikel är oetisk och ska undvikas.

PR-konsultföretaget ska iaktta god sed och återhållsamhet vad gäller gåvor och representation gentemot tredje part.

### **5. Intressekonflikter mellan uppdrag**

PR-konsultföretag kan arbeta med konkurrerande uppdragsgivare eller intressen. Att bistå två eller flera uppdragsgivare i samma bransch är i grunden en fråga om det enskilda företags professionella kapacitet.

Det bör framgå – i generella avtalsvillkor, i specifika samarbetsavtal eller genom annan kommunikation med uppdragsgivaren – om PR-konsultföretaget inte ser något principiellt hinder att arbeta med konkurrerande uppdrag.

Det åligger PR-konsultföretaget att bedöma om en intressekonflikt inverkar på företagets möjlighet att erbjuda det engagemang och värde som uppdragsgivaren förväntar sig. Om sådana hinder uppstår ska PR-konsultföretaget informera berörda parter.

För att kunna arbeta med konkurrerande uppdrag bör ett PR-konsultföretag tillse följande:

**A.** Att arbetsgrupper hålls åtskilda samt att alla aktiviteter – möten, presentationer mm. – genomförs så att hemlig information om en uppdragsgivare inte görs tillgänglig för de konsulter som arbetar med det konkurrerande uppdraget.

**B.** Att information, både på papper och datalagrad, hålls åtskild för respektive arbetsgrupp.

**C.** Att företaget i dessa frågor också i övrigt – inte minst internt - iakttar noggrann sekretess.

En särskild problematik rör kontakter med tredje part - media, beslutsfattare etc. PR-konsultföretaget har ansvar för att tredje part inte påverkas negativt av att företaget representerar konkurrerande intressen i en fråga.

Det står självklart varje PR-konsultföretag fritt att välja att som princip inte arbeta med konkurrerande uppdrag.

### **6. Rådgivarrollen**

PR-konsultföretag bör inte ha verksamhet eller intressen som undergräver rollen som professionell rådgivare. Det är upp till varje företag och dess kunder att avgöra vad som är förenligt med deras affärsidé. Normen bör dock vara att PR-företagets förhållande till uppdragsgivaren ska präglas av professionell lojalitet gentemot uppdragsgivarens mål och intressen.

Rådgivarrollen ställer särskilda krav på PR-konsultföretaget. Uppdragsgivaren ska kunna lita på att andra lojaliteter – ekonomiska, politiska etc – hos PR-konsultföretaget inte går före uppdragsgivarens intressen.

Om det råder osäkerhet om huruvida enskilda konsulter eller företags intressen påverkar rådgivningen, ska sådana förhållanden redovisas öppet för uppdragsgivaren.

### **7. Att neka och avsluta uppdrag**

Grundregeln för branschen är att ingen verksamhet, som är laglig och förenlig med god affärssed, generellt kan nekas rådgivning eller annat bistånd i kommunikationsfrågor. Att välja bort uppdragsgivare är beslut som fattas av det enskilda PR-konsultföretaget.

Utöver rätten att göra normala kommersiella överväganden kring arbetsformer, inriktning, budget och förväntningar har ett PR-konsultföretag rätt att avböja uppdrag av skäl som har sin grund i personliga övertygelser eller företagets inriktning. Vilka överväganden som görs i sådana fall, t ex vad gäller uppdragsgivares verksamhet, är en fråga för det enskilda PR-konsultföretaget.

Uppdrag kan avslutas i förtid och i enlighet med de överenskommelser som gäller i avtal.

Om en uppdragsgivare gett vilseledande uppgifter, vid upprepade tillfällen valt att bortse från PR-konsultföretagets råd eller på annat sätt uppsåtligt eller på grund av oaktsamhet skadat PR-konsultföretagets verksamhet och anseende, föreskriver inte dessa normer någon skyldighet för företaget att fullfölja uppdraget.

Emellertid har PR-konsultföretaget – inom rimliga gränser – skyldighet att hjälpa uppdragsgivare också när de befinner sig i komplicerade eller utsatta situationer.

Oktober 2008