

Principer och riktlinjer för reklam, sponsring m.m.

I. Grundprinciper, ställningstaganden och generella riktlinjer

II. Riktlinjer för

- 1. reklam**
- 2. sponsring**
- 3. välgörenhet**
- 4. försäljning**
- 5. ideell/opinionsbildande information**

Västra Götalandsregionens principer och riktlinjer för reklam, sponsring m.m.

Utgångspunkter och syfte

Västra Götalandsregionen är en öppen och utåtriktad organisation – samarbete och kontakter med externa aktörer och intressenter är en av förutsättningarna för regionuppdraget. Syftet med detta regiongemensamma styrdokument är att bidra till ett positivt, korrekt och konsekvent samspel med omvärlden. Dokumentet ger vägledning vid bedömningar och beslut som till exempel rör olika former av samarbeten och extern finansiering.

Utgångspunkterna är flera:

- Lagar, förordningar och politiska beslut ska – självfallet – följas. (Se bilagan, sidan 11.)
- Västra Götalandsregionens trovärdighet, anseende och varumärke ska vårdas och värnas.
- Västra Götalandsregionens mål och visioner är styrande.
- Samspelet med omvärlden ska främjas.

Principerna och riktlinjerna utgör dels Västra Götalandsregionens tolkning och precisering av lagar och förordningar inom de berörda områdena, dels Västra Götalandsregionens syn på vad som krävs för att värna organisationens trovärdighet och opartiskhet.

Innehåll, omfattning, avgränsning

Dokumentet består av två delar:

I. Grundprinciper, ställningstaganden och generella riktlinjer som är utgångspunkter för dokumentets samtliga områden liksom för andra former av ekonomiskt samarbete. Gäller alla förvaltningar, verksamheter, bolag, kanslier, sekretariat som ägs och/eller drivs av Västra Götalandsregionen, där inte annat särskilt anges.

II. Precisering av riktlinjer inom

1. reklam
2. sponsring
3. välgörenhet
4. försäljning till allmänheten
5. ideell/opinionsbildande information

De preciserade riktlinjerna gäller alla *utom* II.1 Reklam och II.2.2 Västra Götalandsregionen som mottagare av sponsring. För kulturnämndens helägda verksamheter och bolag, naturbruksgymnasierna, Botaniska trädgården och Västsvenska Turistrådet gäller de riktlinjer för reklam och mottagande av sponsring som fastställs av respektive nämnd.

I övrigt gäller dokumentet hela Västra Götalandsregionen. När benämningen ”Västra Götalandsregionen” används avses således allt och alla som ingår i regionorganisationen.

I. Grundprinciper och generella riktlinjer

Grundprinciperna, ställningstagandena och riktlinjerna är utgångspunkter för samtliga områden i dokumentet och för andra former av ekonomiska samarbeten. De gäller *alla* verksamheter, förvaltningar, kanslier, sekretariat och bolag som ägs och/eller drivs av Västra Götalandsregionen – *där inte annat särskilt anges*.

I.1 Grundprinciper och ställningstaganden

Två grundprinciper är styrande:

1. Västra Götalandsregionens identitet och anseende (varumärke) ska alltid vårdas.
2. Västra Götalandsregionens trovärdighet, opartiskhet och oberoende ska alltid värnas.

Utifrån dessa grundprinciper gör Västra Götalandsregionen följande ställningstaganden:

3. Det ska vara reklamfritt inom den hälso- och sjukvård samt tandvård som drivs i Västra Götalandsregionens egen regi samt inom regionutveckling, miljöverksamhet, regionservice, regionkansli. Inom dessa verksamheter är det inte heller tillåtet att stödja eller medverka i externa näringsverksamheters reklam/marknadsföring. Se II.1.
4. Västra Götalandsregionen ger inte sponsringsstöd, agerar inte som sponsor (enligt definitionen av sponsring nedan). Se II.2.1.
5. Det är inte tillåtet att ta emot sponsringsbidrag (enligt Västra Götalandsregionens definition av sponsring) inom den hälso- och sjukvård samt tandvård som drivs i Västra Götalandsregionens egen regi samt inom regionutveckling, miljö, turism, regionservice, regionkansli. Se II.2.2.
6. Västra Götalandsregionen stödjer eller bedriver inte välgörenhet. Se II.3.
7. Västra Götalandsregionen är återhållsam med försäljning till allmänheten. Se II.4.

I.2 Generella riktlinjer

1. Västra Götalandsregionen kan – utifrån gällande lagar, principer och riktlinjer – samarbeta med och/eller ta emot extern finansiering från aktörer som står för värderingar som är förenliga med Västra Götalandsregionens uppdrag, mål och värderingar, utgår från ”vetenskap och beprövad erfarenhet” samt följer god affärssed.
2. Extern finansiering/ekonomiskt samarbete får inte påverka eller motverka politiskt fattade beslut, t ex mål, ekonomisk fördelning, prioriteringar.
3. Extern finansiering/ekonomiskt samarbete ska ske öppet med full insyn.
4. Extern finansiering/ekonomiskt samarbete får inte innebära ens en risk för att Västra Götalandsregionens oberoende, opartiskhet, saklighet och trovärdighet kan ifrågasättas.
5. Ingen verksamhet får vara långsiktigt beroende av extern finansiering.
6. Externa medel får inte finansiera någon lagstadgad/ordinarie verksamhet eller driften av annan kärnverksamhet som riktar sig till alla medborgare.
7. Västra Götalandsregionen och dess anställda ska inte ta ställning för, gynna eller förorda¹ särskilda varumärken, produkter, tjänster, näringsverksamheter, organisationer eller dylikt gentemot allmänheten, om det inte finns särskilda skäl² för det.

¹ Den interna användningen av *upphandlade* produkter och tjänster ska självfallet gynnas och förordas inom respektive verksamhet i enlighet med ingångna inköpsavtal och Västra Götalandsregionens inköpsprocess.

² *Särskilda skäl* kan t ex vara politiska beslut om rekommenderade miljömärkta, ekologiska och rättvisemärkta produkter, om att förorda den billigaste eller mest ändamålsenliga varianten av läkemedel samt t ex tjänster/produkter som kan vara till nytta för en patients vård, behandling, rehabilitering, friskvård.

8. Västra Götalandsregionens anställda får i rollen som regionanställd inte medverka i reklam eller marknadsföringsaktiviteter för externa näringsverksamheters produkter, tjänster, verksamheter eller varumärken.
9. Det får inte förekomma aktiviteter eller samarbeten som medför jäv eller kan riskera att uppfattas som jäv, partiskhet eller beroende.
10. Det ska tydligt framgå att verksamheter/motsvarande ägs, drivs och/eller finansieras av Västra Götalandsregionen, bl.a. genom exponering av Västra Götalandsregionens logotyp.
11. Exponering av namn på bidragsgivare/donatorer/samarbetspartners/sponsorer får inte riskera att ge ett vilseledande intryck av att en i huvudsak regionfinansierad verksamhet skulle vara finansierad av sponsorer/donatorer eller någon annan.
12. Samarbeten med och bidrag från externa aktörer som innebär att produkter och tjänster tas emot eller köps till lägre pris (t.ex. barteravtal) ska upphandlas enligt Lagen om offentlig upphandling.
13. Beslut om att ta emot extern finansiering tas på förvaltningsnivå (chef och/eller styrelse). Om ett bidrag kan påverka övergripande politiska beslut och prioriteringar ska frågan bedömas av regiondirektören, som vid behov för frågan vidare för en politisk bedömning.
14. Överenskommelser om extern finansiering och/eller ekonomiskt samarbete ska dokumenteras skriftligt och diarieföras.

I.3 Definition av sponsring

Inom Västra Götalandsregionen gäller följande definition av sponsring³:

Sponsring är ett affärsmässigt samarbetsavtal till ömsesidig nytta mellan två (eller flera) parter, där sponsorn lämnar ersättning i form av pengar, varor och/eller tjänster och den sponsrade parten som motprestation tillhandahåller tjänster som ger sponsorn reklam, stärker sponsorns varumärke eller är till annan nytta för sponsorn. Bidrag utan motsvarande motprestation är inte sponsring.

³ Västra Götalandsregionen behöver en egen definition, eftersom det inte finns någon allmänt vedertagen definition av sponsring. Begreppet används på olika sätt, t ex i förordningar och styrdokument. Denna definition utgår från Statskontorets förslag till definition och Skatteverkets riktlinjer för sponsring.

II. Riktlinjer för reklam, sponsring, välgörenhet, försäljning, ideell information

II.1 Reklam

II.1.1 Avgränsning och utgångspunkter

Med reklam/marknadsföring avses de åtgärder som görs för att främja avsättningen av och tillgången till en näringsverksamhets produkter⁴.

Västra Götalandsregionens egna marknadsföringsaktiviteter berörs inte (utom när det gäller förbudet mot att sponsra). Självfallet får regionverksamheter bedriva egen marknadsföring.

Utgångspunkten är att inom de angivna verksamheterna är exponering av och associering med externa näringsverksamheters reklam/marknadsföring inte förenlig med kravet på opartiskhet, saklighet och trovärdighet. En annan utgångspunkt är att den enskildes integritet ska värnas. Människor ska inte utsättas för reklampåtryckningar i sina kontakter med t ex hälso- och sjukvården.

II.1.2 Ställningstaganden och generella riktlinjer

- Det ska vara reklamfritt inom den hälso- och sjukvård samt tandvård som drivs i Västra Götalandsregionens egen regi samt inom regionutveckling, miljöverksamhet, regionservice, regionkansli. Inom dessa verksamheter är det inte heller tillåtet att stödja eller medverka i externa näringsverksamheters reklam/marknadsföring. (I.1, punkt 3)
- För kulturnämndens helägda verksamheter och bolag, naturbruksgymnasierna, Botaniska trädgården och Västsvenska Turistrådet gäller de riktlinjer för reklam som fastställs av respektive nämnd. (Sidan 2)
- Västra Götalandsregionen och dess anställda ska inte ta ställning för, gynna eller förorda särskilda varumärken, produkter, tjänster, näringsverksamheter, organisationer eller dylikt gentemot allmänheten, om det inte finns särskilda skäl för det. (I.2, punkt 7)
- Västra Götalandsregionens anställda får i rollen som regionanställd inte medverka i reklam eller marknadsföringsaktiviteter för externa näringsverksamheters produkter, tjänster, verksamheter eller varumärken. (I.2, punkt 8)

II.1.3 Riktlinjer, reklamfritt

Detta är tillåtet:

1. Tack till eller omnämnande av donatorer/bidragsgivare betraktas inte som reklam och är tillåtet. Det ska samtidigt framgå att Västra Götalandsregionen är huvudägare och/eller huvudfinansär.
2. En samarbetspartners logotyp kan exponeras i information som är ett led i ett formellt beslutat samarbete.
3. Företagslogotyper som finns på produkter som används inom Västra Götalandsregionen ses inte som reklam.
4. Om inte ett neutralt informationsmaterial finns, får berörd behörig personal använda och överlämna företagsproducerad information till enskilda patienter om det är till nytta för patientens vård, behandling, rehabilitering och/eller friskvård.

⁴ Utgår från Marknadsföringslagens beskrivning av marknadsföring. "Produkter" enligt Marknadsföringslagen: "Varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen och andra nyttigheter".

5. Verksamheter och anställda får medverka i externa näringsverksamheters utbildning och informationsaktiviteter (enligt gällande regelverk) när det är till nytta för verksamheten.
6. Näringsidkare som hyr lokaler och/eller driver näringsverksamhet på entreprenad i Västra Götalandsregionens lokaler får exponera reklam enligt avtal med berörd förvaltning/verksamhet.
7. Webbplatser kan länka vidare till externa webbplatser som tillhör privata verksamheter som Västra Götalandsregionen har avtal med. Dessa webbplatser får inte ha ett innehåll som strider mot Västra Götalandsregionens uppdrag, mål och värderingar.
8. Reklam för/information om produkter i regiondrivna restauranger, kiosker och dylikt, som bedrivs som en allmännyttig service för besökare och patienter, är tillåten.
9. Reklam för, marknadsföring av och information om Västra Götalandsregionens egna verksamheter, stiftelser och bolag är tillåten i Västra Götalandsregionens lokaler, verksamheter, trycksaker, kanaler, medier (tidningar, informationsblad, interna och externa webbplatser m.m.), byggnader etc. enligt överenskommelse med berörd förvaltning/verksamhet/enhet.
10. Information som gynnar miljömärkta, rättvisemärkta och/eller ekologiska produkter är tillåten i enlighet med politiska inriktningsbeslut.
11. Externa tidningar och tidskrifter (även med reklam) är tillåtna som förströelse i väntrum och foajéer, om de har ett innehåll som inte strider mot Västra Götalandsregionens uppdrag, mål och värderingar och inte särskilt driver en organisations eller en näringsverksamhets intressen och/eller åsikter.

Detta är inte tillåtet:

12. Upplåtande av reklamplats och annan marknadsföring av externa näringsverksamheters produkter och tjänster är inte tillåten i hälso- och sjukvårdens, tandvårdens, kansliernas eller regionutvecklings lokaler, verksamheter, information, trycksaker, medier, på webbplatser, fordon, byggnader, utrustning, produkter, tomtmark m m.
13. Verksamheter och anställda får inte stödja eller medverka i externa näringsverksamheters reklam och marknadsföring.
14. Utdelning och annan distribution av externa näringsverksamheters gratisprodukter är inte tillåten.
15. Information med ett reklam- och marknadsföringssyfte – trycksaker, informationsblad, affischer, reklamställ och dylikt – från externa näringsverksamheter får inte delas ut, distribueras, läggas ut eller exponeras i Västra Götalandsregionens verksamheter/lokaler eller på byggnader och tomtmark. Det är t ex inte tillåtet med läkemedelsreklam, -marknadsföring och -information i primärvårdens, sjukhusens och tandvårdens lokaler.
16. Reklam för externa näringsverksamheter är inte tillåten i Västra Götalandsregionens informationsmaterial, medier och kanaler, t ex tidningar, informationsblad, intranät, externa webbplatser.
17. Indirekt marknadsföring av eller reklam för externa näringsverksamheter är inte tillåten i intern och extern information (t ex pressinformation).
18. Leverantörer och andra externa näringsidkare får inte använda Västra Götalandsregionens logotyp eller namn i sin marknadsföring. Undantag kan beviljas av regiondirektören.
19. Västra Götalandsregionens egna webbplatser får inte länka vidare till kommersiella webbplatser utom när det finns särskilda skäl (se ”Detta är tillåtet”).

II.2 Sponsring

II.2.1 Västra Götalandsregionen som sponsor

II.2.1.1 Utgångspunkter

Västra Götalandsregionens ställningstagande är att inte sponsra, inte agera som sponsor (I.1, punkt 4).

Enligt Västra Götalandsregionens definition (I.3) är sponsring ett samarbete till ömsesidig nytta, där sponsorn får motprestationer i form av tjänster, vanligen marknadsföringsåtgärder. Västra Götalandsregionens ståndpunkt är att det inte är förenligt med regionens roll och uppdrag att ge stöd och bidrag på sådana villkor. Sponsring kan vara, eller kan uppfattas som, ett otydligt mellanting mellan stöd och marknadsföring – och är därmed olämpligt, bland annat utifrån kravet på saklighet och opartiskhet.

II.2.1.2 Avgränsning och förtydligande

Regionbidrag

Västra Götalandsregionens politiska organ beslutar om (eller delegerar beslut om) beviljande av bidrag/stöd/medel till externa verksamheter och aktiviteter utifrån politiska bedömningar om allmännytta och vad som kan bidra till att nå fastställda mål. Det är inte sponsring. Medel från Västra Götalandsregionen till externa verksamheter, aktiviteter och dylikt knyts inte till andra motprestationer än att genomföra det som bidraget är avsett att finansiera.

Som ägare och/eller finansiär ska Västra Götalandsregionen dock kräva att det tydligt framgår att en verksamhet/motsvarande finansieras av Västra Götalandsregionen, bl a genom exponering av Västra Götalandsregionens logotyp. Syftet är att upplysa medborgarna om vilka skattefinansierade verksamheter som ingår i Västra Götalandsregionen.

Marknadsföring

Västra Götalandsregionens eget marknadsföringsarbete grundas på professionella bedömningar av vilka åtgärder som är effektivast utifrån de externa kommunikationsmålen och olika aktuella behov. För att undvika otydlighet och sammanblandning av olika roller använder Västra Götalandsregionen inte sponsring som marknadsföringsåtgärd.

Det regionala utvecklingsuppdraget innebär att Västra Götalandsregionen bl a ska främja Västra Götalands tillväxt och marknadsföra Västra Götaland. Samarbeten med och bidrag till externa verksamheter, projekt och aktiviteter med syftet att stärka Västra Götalands konkurrenskraft och attraktionsvärde är inte sponsring, utan en del av regionuppdraget.

II.2.2 Västra Götalandsregionen som mottagare av sponsring

II.2.2.1 Utgångspunkter

Sponsringsstöd och sponsringssamarbeten förutsätter motprestationer – se I.3, definition av sponsring. Skattefinansierade verksamheter inom t ex hälso- och sjukvård, tandvård och regionutveckling kan och bör inte erbjuda motprestationer, t ex i form av tjänster. Det är ett olämpligt sätt att använda skattefinansierade resurser och kan dessutom vara svårt att förena med kravet på lika behandling, opartiskhet och saklighet. Motprestationer i form av reklam och marknadsföring är inte heller möjliga inom verksamheter där reklam inte är tillåten.

II.2.2.2 Ställningstaganden och riktlinjer

- Det är inte tillåtet att ta emot sponsringsbidrag (enligt Västra Götalandsregionens definition av sponsring) inom den hälso- och sjukvård samt tandvård som drivs i Västra Götalandsregionens egen regi samt inom regionutveckling, miljö, turism, regionservice, regionkansli.(I.1, punkt 5).
- För kulturnämndens helägda verksamheter och bolag, naturbruksgymnasierna, Botaniska trädgården och Västsvenska Turistrådet gäller de riktlinjer för mottagande av sponsring som fastställs av respektive nämnd. (Sidan 2.)
- Bidrag, samarbeten och aktiviteter som inte är sponsring enligt Västra Götalandsregionens definition (I.3) kan tas emot/genomföras förutsatt att lagar, regelverk och styrdokument följs (t.ex. de generella riktlinjerna, I.2, i detta dokument).
- Stöd till forskning eller affärsmässiga uppdrag som utförs av regionverksamheter mot betalning betraktas *inte* som ett sponsringssamarbete.

II.3 Vägörenhet

II.3.1 Utgångspunkter

Västra Götalandsregionens ställningstagande är att inte bedriva eller stödja välgörenhet (I.1, punkt 6). Vägörenhet, t ex i form av insamlingar och kampanjer, är ett komplement till samhällets insatser för att skapa välfärd, hälsa och trygghet för medborgarna. Västra Götalandsregionen har vissa lagstadgade uppgifter och ansvarsområden i Västra Götaland. Regionens politiker beslutar om hur skattepengarna ska fördelas utifrån regionens uppdrag, ansvar och fastställda mål. Bidrag till t ex verksamheter, forskning, projekt, organisationer, satsningar/kampanjer (egna eller externa) inom Västra Götaland beslutas av politiska organ utifrån en helhetsbedömning när det gäller nytta och behov. Västra Götalandsregionens ståndpunkt är att detta är en del av uppdraget och aldrig kan betraktas som välgörenhet.

Att använda skattepengar till välgörenhet är inte en del av det demokratiska uppdraget och stämmer inte med kravet på opartiskhet och saklighet – hur behjärtansvärda ändamålen än är.

II.3.2 Riktlinjer

1. Västra Götalandsregionen ger inte ekonomiska bidrag till, deltar i eller stödjer välgörenhet i form av t ex insamlingar, kampanjer, galor eller andra välgörenhetsprojekt, -arrangemang, -aktiviteter. (Vid extraordinära händelser kan eventuella undantag beslutas av politiska organ.)
2. Inga organisationer får samla in pengar, sälja lotter (om det inte ingår i ett entreprenadavtal), bedriva försäljning eller dylikt i Västra Götalandsregionens lokaler.
3. Västra Götalandsregionens skolor får ordna välgörenhetsförsäljning, -lotterier och -insamlingar som har anknytning till skolverksamheten/utbildningen.
4. Västra Götalandsregionens verksamheter och enheter kan ta emot gåvor, donationer och bidrag i enlighet med lagar, förordningar och egna fastställda styrdokument⁵.

⁵ Mottagande av gåvor/bidrag/välgörenhet regleras – förutom av detta dokument – av styrdokumentet ”Riktlinjer angående bildande/förvaltning av stiftelser och mottagande/hantering av gåvor” (RF 2001-03-06), ”Riktlinjer för representation, gåvor och minnesgåvor” (SD 240/98, RF 1998-11-27), ”Överenskommelserna om samverkansformer mellan läkemedelsföretag” respektive ”medicintekniska företag och medarbetare i den offentliga hälso- och sjukvården”(RS 2007-04-24 respektive RS 2005-12-13).

II.4 Försäljning till allmänheten

II.4.1 Utgångspunkter

Västra Götalandsregionen (liksom landsting och kommuner) får enligt **Kommunallagen** ”*ha hand om sådana angelägenheter av allmänt intresse som har anknytning till kommunens eller landstingets område eller deras medlemmar och som inte skall handhas enbart av staten, en annan kommun, ett annat landsting eller någon annan*” (2 kap, 1§, ”kompetens- och lokaliseringsprincipen”).

Både kompetensprincipen, konkurrenslagstiftningen och kravet på opartiskhet och saklighet innebär att det inte är Västra Götalandsregionens uppgift att bedriva försäljning till allmänheten, utom i undantagsfall. Undantagen motiveras av t ex allmännyttan eller patientnyttan.

(Dessa riktlinjer berör inte den försäljning av tjänster och specialistkompetens som sker inom vissa verksamheter.)

II.4.2 Ställningstagande och riktlinjer

Västra Götalandsregionens ställningstagande är att vara återhållsam när det gäller försäljning till medborgarna. (I.1, punkt 7.)

Förutsatt att försäljningen sker enligt lagar och regler (inklusive detta styrdokument), är förenlig med Västra Götalandsregionens uppdrag, mål och värderingar samt med ”vetenskap och beprövad erfarenhet” och ”god affärssed” (I.2, punkt 1) får försäljning till allmänheten ske i följande fall:

1. I hälso- och sjukvården samt tandvården får upphandlade produkter säljas till en enskild patient med syftet att underlätta patientens vård, behandling, rehabilitering och/eller friskvård.
2. Försäljning inom kulturområdet är tillåten om den har ett allmänt intresse, har anknytning till verksamhetens kompetensområde och är en del av en publik verksamhet, t ex museibutiker/motsvarande.
3. Västra Götalandsregionens skolor får bedriva försäljning inom ramen för sina uppdrag.
4. Näringsidkare som bedriver verksamhet på entreprenad och/eller hyr lokaler får bedriva försäljning enligt avtal/kontrakt.
5. Försäljning, kiosk-, kafé- och restaurangverksamhet får bedrivas som en allmännyttig service för patienter, brukare, elever eller besökare, när behovet inte kan fyllas på annat sätt.
6. Försäljning till personal är tillåten inom ramen för personalföreningar. Personalbutiker får bara bedriva försäljning till personal.

II.5 Ideell och/eller opinionsbildande information

II.5.1 Utgångspunkter

Som politiskt styrd, demokratisk organisation ska Västra Götalandsregionen främja dialog, kommunikation och information kring frågor som rör Västra Götalandsregionens verksamheter och ansvarsområden. Samtidigt kan inte Västra Götalandsregionens lokaler eller medier vara arenor för all slags ideell och/eller opinionsbildande information. Västra Götalandsregionens lokaler, fastigheter och tomtmark är t ex inte "allmän plats".

Regeringsformens krav på opartiskhet och saklighet gäller också exponering och spridande av ideell och/eller opinionsbildande information från externa aktörer i Västra Götalandsregionens lokaler, fastigheter och verksamheter. Det är också en fråga om respekt och integritet – patienter, brukare, besökare ska inte utsättas för olika påtryckningar i sina kontakter med Västra Götalandsregionen.

Däremot kan Västra Götalandsregionen, som en del av det egna uppdraget och ansvaret, sträva efter att påverka medborgarnas attityder och beteenden, t ex för att främja en god hälsa och miljö.

För politisk information finns särskilda riktlinjer: "Politisk information i Västra Götalandsregionens lokaler" (RS 2006-02-28).

II.5.2 Riktlinjer

1. Information från ideella organisationer och föreningar får spridas och exponeras i Västra Götalandsregionens lokaler, verksamheter, trycksaker, medier eller kanaler *under förutsättning att*

- informationen kan vara till nytta för den enskilde, t ex som patient, anhörig, brukare, besökare,
- informationens syfte är att erbjuda konkret nytta, stöd och/eller hjälp, *inte* att särskilt driva organisationens egna intressen, synsätt och/eller åsikter,
samt att organisationen/föreningen har en verksamhet som
- har anknytning till någon av Västra Götalandsregionens verksamheter *och*
- har ett syfte, värderingar och budskap som är förenliga med Västra Götalandsregionens mål, verksamheter och värderingar *och*
- stämmer med vetenskap och beprövad erfarenhet.

2. Västra Götalandsregionens webbplatser kan länka vidare till externa organisationer under förutsättning att de uppfyller kriterierna ovan *samt* har ett nära pågående samarbete med Västra Götalandsregionen.

3. Västra Götalandsregionen är religiöst neutral. (Begreppet "ideell organisation" omfattar här även religiösa organisationer.) På sjukhusen ska patientens möjlighet att utöva sin religion så långt möjligt underlättas.

4. Externa tidningar och tidskrifter är tillåtna t ex i väntrum om de har ett innehåll som inte strider mot Västra Götalandsregionens uppdrag och värderingar och inte särskilt driver en organisations eller ett företags intressen och/eller åsikter.

Bilaga: Lagar, förordningar, riktlinjer m m

Exempel på gällande lagar, förordningar och styrdokument som berör områden i detta dokument:

Nationellt

- **Regeringsformen** (1974:152 – grundlag), t ex:
"...förvaltningsmyndigheter och andra som fullgör uppgifter inom den offentliga förvaltningen skall i sin verksamhet beakta allas likhet inför lagen samt iakttaga saklighet och opartiskhet." (1 kap, 9§)
- **Kommunallagen** (1991:900), t ex:
"Kommuner och landsting skall behandla sina medlemmar lika om det inte finns sakliga skäl för något annat." ("Likställighets- och objektivitetsprincipen", 2 kap, 2§.)
"Kommuner och landsting får själva ha hand om sådana angelägenheter av allmänt intresse som har anknytning till kommunens eller landstingets område eller deras medlemmar och som inte skall handhas enbart av staten, en annan kommun, ett annat landsting eller någon annan". ("Kompetensprincipen", 2 kap, 1§.)
"Kommuner och landsting får driva näringsverksamhet, om den drivs utan vinstsyfte och går ut på att tillhandahålla allmännyttiga anläggningar eller tjänster åt medlemmarna i kommunen eller landstinget." (2 kap, 7§)
"Individuellt inriktad stöd till enskilda näringsidkare får lämnas bara om det finns synnerliga skäl för det." (2 kap, 8§)
- **Hälsa- och sjukvårdslagen** (1982:763), t ex:
"Målet... en vård på lika villkor för hela befolkningen" (2§).
"...respekt för alla människors lika värde och för den enskilda människans värdighet". (2§)
"... respekt för patientens självbestämmande och integritet." (2a§)
- **Lagen om offentlig upphandling**(2007:1091), t ex:
"Upphandlande myndigheter skall behandla leverantörer på ett likvärdigt och ickediskriminerande sätt". (1 kap, 9§)
- **Konkurrenslagen** (2008:579), t ex förbud mot att snedvrیدا konkurrens bli genom att "olika villkor tillämpas för likvärdiga transaktioner". (2 kap, 2§)
- **Marknadsföringslagen**, (2008:486) t ex "All marknadsföring ska utformas och presenteras så att det tydligt framgår att det är fråga om marknadsföring." (9§)
- **Transparenslagen** (2005:590)
- **Brottsbalken, utbrottsbestämmelsen** (20 kap, 2§), **bestickningsbestämmelsen** (17 kap, 7§)
- **Läkemedelsverkets föreskrifter för klinisk prövning** (LVFS 2003:6)
- **Skatteverket: Riktlinjer, avdragsrätt för sponsring** (2005-06-27, dnr 130 702489-04/113)
- **Konkurrensrådets riktlinjer för offentliga aktörer som bedriver konkurrensutsatt verksamhet**

Regionövergripande

- **Västra Götalandsregionens plattform – vår gemensamma grund** (RS 2006-12-12)
- **Överenskommelse om samverkansformer mellan läkemedelsföretag och medarbetare i den offentliga hälso- och sjukvården.** (RS 2007-04-24) samt **Överenskommelse om samverkansformer mellan medicintekniska företag och medarbetare i den offentliga hälso- och sjukvården** (RS 2005-12-13)
- **Riktlinjer för representation, gåvor och minnesgåvor** (SD 240/98, RF 1998-11-27)
- **Riktlinjer angående bildande/förvaltning av stiftelser och mottagande/hantering av gåvor** (RF 2001-03-06).
- **Bolagspolicy** (RF 2008-02-19)
- **Politisk information i Västra Götalandsregionens lokaler** (RS 2006-02-28)
- **Riktlinjer avseende bisysslor för anställda inom Västra Götalandsregionen** (RSK 32-2004)

