

# Retningslinjer for samfunnsansvar

oktober 2017

## Nivå 1: Strategi

Kommunikasjons- og  
markedsstrategi  
2015 – 2018

## Nivå 2: Overordnede retningslinjer

Samfunnsansvar

Markeds-  
kommunikasjon

## Nivå 3: Policyer

Gaveutdeling

Sponsing

## Nivå 4: Rutiner og fullmakter

Rutiner for  
gaveutdeling

Rutiner for sponsing

Rutiner for markeds-  
kommunikasjon

# Innhold

## INNHold

---

|  |   |
|--|---|
| 1. Innledning.....                     | 2 |
| 2. Banken og menneskerettighetene..... | 2 |
| 3. Banken og miljøet.....              | 2 |
| 4. Banken og myndighetene.....         | 3 |
| 5. Banken og lokalsamfunnet.....       | 3 |
| 6. Banken og kundene.....              | 3 |
| 7. Banken og leverandørene.....        | 4 |
| 8. Banken og konkurrentene.....        | 4 |
| 9. Revidering og endringer.....        | 4 |

## 1. INNLEDNING

---

Med utgangspunkt i forretningside og visjon utøves bankens samfunnsansvar. Dette dokument gir en overordnet oversikt over bankens retningslinjer i kontakt med samfunnet rundt oss.

Forretningside: –Sparebanken med lokal kunnskap og engasjement. Vi tilbyr finansielle tjenester og profesjonell rådgiving for å skape trygghet og vekst.

Visjon: – Vi skal være banken for kunder med hjertet i lokalmiljøet, med kundeløftet – for deg og lokalmiljøet.

Forretningsideen og vår visjon omhandler bankens virksomhet, produkter og tjenester og gjenspeiler de utfordringer samfunnet står ovenfor og det kundene er opptatt av. Forretningsideen etterlevs i det daglige gjennom våre kjerneverdier: engasjert, profesjonell, lokal og ekte, og kundeløftet – for deg og lokalmiljøet.

Banken har som målsetting å skape langsiktige resultater og løsninger for bankens kunder og vårt lokalsamfunn, gjennom kunnskap og engasjement.

Banken legger stor vekt på ærlighet og tillit i sin virksomhet. Våre etiske retningslinjer skal bidra til å øke oppmerksomheten og etterlevelsen av etiske krav. Retningslinjene gjennomgås årlig med de ansatte. Etikk er i tillegg et eget fagområde ved opplæring og sertifisering av våre bankansatte.

## 2. BANKEN OG MENNESKERETTIGHETENE

---

Bankens skal støtte og respektere vern av internasjonalt anerkjente menneskerettigheter, og skal på ingen måte medvirke til brudd på menneskerettighetene.

Banken har sin virksomhet i Norge og møter ikke store utfordringer knyttet til menneskerettigheter i sin daglige virksomhet. Gjennom valg av produkter og leverandører ønsker banken å vise støtte og respekt for anerkjente menneskerettigheter.

## 3. BANKEN OG MILJØET

---

Banken skal opptre ansvarlig med tanke på klima og miljø. Banken vil bruke miljøvennlige produkter i egen drift så langt dette lar seg gjøre.

Ved bruk av produkter som kan skade helse og miljø skal banken vise aktsomhet og treffe rimelige tiltak for å forebygge og begrense slike skader. Banken vil aktivt benytte kildesortering og ha et kritisk blikk på hvilke reiser som kan erstattes med telefonmøter og videokonferanser.

## 4. BANKEN OG MYNDIGHETENE

---

Banken skal etterleve gjeldende lover og forskrifter, og forvalte de midler den har rådighet over, på en trygg måte. Banken og dens ansatte skal ikke på noen måte anbefale eller ta initiativ til brudd på eller omgåelse av gjeldende lover og forskrifter. Banken aksepterer ikke korrupsjon. De etiske retningslinjene som er etablert i banken er med på å forebygge uønsket adferd og sikre at lover og forskrifter blir fulgt.

## 5. BANKEN OG LOKALSAMFUNNET

---

Banken bidrar til vekst og utvikling for innbyggere, bedrifter og lokalsamfunn. Gode resultater fra bankdrift bidrar også stort til skatteinngang i Skedsmo kommune. Som lokal sparebank har Lillestrøm Sparebank vært en viktig bidragsyter til utvikling i Lillestrøm og omegn i hele bankens historie. Dette er en sentral målsetning også i fremtiden. Bankens mål er å sette av mellom 5 – 10 % av bankens overskudd, etter skatt til gaver. Dette må vurderes opp imot bankens soliditet.

Banken skal være en aktiv bidragsyter i lokalsamfunnet, og:

- Bidra til å få i gang lokale bærekraftige tiltak, som skaper vekst og utvikling i lokalsamfunnet.
- Bidra positivt til lokalsamfunnet gjennom bankens årlige gaveutdeling, som tildeles på et ikke kommersielt grunnlag.

## 6. BANKEN OG KUNDENE

---

Banken skal oppfattes som en samarbeidspartner med høy troverdighet og kompetanse.

Informasjon til kundene skal være nøyaktig, forståelig og pålitelig, slik at kundene får muligheten for frie og rasjonelle valg av produkter og tjenester. Banken skal aldri bevisst gi informasjon som er tvetydig eller som er egnet til å villedde en kunde.

Markedsføringen og rådgivning av salg av produkter og tjenester skal skje med basis i saklig og korrekt informasjon, og forøvrig være i samsvar med gjeldende lover og regler. Annonser skal være skrevet i et klart og tydelig språk. I rådgivning og salg skal de ansatte ha fokus på kundens interesser.

Banken skal være åpen for alle typer kunder. Det skal ikke finne sted diskriminering basert på kundens alder, kjønn, rase, religion, nasjonalitet eller sivil status.

Kundene skal møtes med respekt, og behandlingen skal være vennlig. Kommer en kunde i økonomiske vanskeligheter, skal banken vise forståelse for kundens problemer. Banken skal søke å komme frem til løsninger som bør være akseptable for kunden, samtidig som bankens interesser ivaretas. Krav og klager som fremsettes mot banken skal behandles grundig og på en ryddig måte.

Slike krav og klager skal fremlegges for Adm. banksjef. Ved motstridene interesser hos bankens kunder/kundegrupper, skal banken opptre nøytralt.

## 7. BANKEN OG LEVERANDØRENE

---

Bankens valg av leverandører skal gjenspeile bankens holdninger til samfunnsansvar. Banken skal derfor inngå avtaler med leverandører som i hele sin virksomhet respekterer grunnleggende menneske- og arbeidstakerrettigheter, og som er bevisst sitt samfunnsansvar ved valg og oppfølging av underleverandører.

## 8. BANKEN OG KONKURRENTENE

---

Banken skal vise respekt overfor sine konkurrenter og opptre effektivt, redelig og fair i sin konkurranse. Opplysninger som banken gir om seg selv og sine produkter skal være korrekte. Tilsvarende gjelder opplysninger om konkurrenter og deres produkter, f.eks. i sammenlignende reklame.

## 9. REVIDERING OG ENDRINGER

---

| Versjon | Endring           | Ansvarlig    | Dato       |
|---------|-------------------|--------------|------------|
| 1       | Dokument etablert | Ledergruppen | 02.10.2017 |
| 2       |                   |              |            |
| 3       |                   |              |            |
| 4       |                   |              |            |
| 5       |                   |              |            |
| 6       |                   |              |            |