



Ikraftträdande och giltighetstid:
xx.xx.2024 – tills vidare

Stadgrund:
Lagen om öppenhetsregistret (430/2023) 6 §

Statens revisionsverks föreskrift om bildande av sådana ekonomiska uppgifter om påverkanskommunikation som avses i lagen om öppenhetsregistret

1. Tillämpningsområde

Denna föreskrift tillämpas på bildandet av sådana ekonomiska uppgifter om påverkanskommunikation som avses i 6 § 2 mom. 4 punkten i lagen om öppenhetsregistret.

2. Bildande av ekonomiska uppgifter om påverkanskommunikation

2.1. Personer som deltagit i påverkanskommunikation och deras totala antal

Till det totala antalet personer som deltagit i påverkanskommunikation räknas alla som deltagit i den påverkanskommunikation som en anmälningsskyldig bedriver.

Som deltagande i påverkanskommunikation betraktas inte arbetsprestationer av personer som utför administrativa uppgifter och som möjliggör påverkanskommunikation, men som i sig inte anknyter till själva påverkanskommunikationen.

2.2. Årsverken som personer som deltagit i påverkanskommunikation använt för påverkanskommunikation

Den anmälningsskyldige ska till revisionsverket anmäla de arbetstimmar som de personer som deltagit i påverkanskommunikationen har använt för skötseln av uppgiften i fråga. En arbetstimme är 60 minuter. Revisionsverket omvandlar de anmälda arbetstimmarna till årsverken med följande formel:

$$\text{årsverken} = \frac{\text{Arbetstimmar som den anmälningsskyldige uppgett}}{1819,75}$$

Till de arbetstimmar som använts för påverkanskommunikation räknas allt arbete som anknyter till påverkanskommunikationen oavsett om lön eller annan ekonomisk ersättning har betalats för arbetet i fråga.

I verksamhetsanmälan ska man uppge alla persontimmar som det totala antalet personer som deltagit i den anmälningsskyldiges påverkanskommunikation har använt för skötseln av uppgiften i fråga.

2.3. Utgifterna för marknadsföring och representation i samband med påverkanskommunikationen.

Den anmälningsskyldige ska i sin verksamhetsanmälan uppge de utgifter för marknadsföring och representation som har samband med påverkanskommunikation och som har uppkommit under kalenderåret. Dessa kostnadstyper uppges separat i anmälan.

Representationsutgifter som har samband med påverkanskommunikation bildas av utgifter som anknyter till den anmälningsskyldiges påverkanskommunikation och som har uppkommit som resultat av gästfrihet eller annan uppmärksamhet gentemot utomstående personer.

Marknadsföringsutgifter som har samband med påverkanskommunikation bildas av utgifter för förvärv av marknadsföringsmaterial och -tjänster som har använts i påverkanskommunikationen.

3. Ikraftträdande

Denna föreskrift träder i kraft den xx 2024.

XXXXX
XXXXXXXXXX

XXXXX
XXXXXXXXXX

BILAGA Motiveringspromemoria
SÄNDLISTA xx