



Fastställd av kommunfullmäktige 2010-01-27

Policy för sponsring

Definition

Sponsring är en affärsmässig överenskommelse till ömsesidig nytta för parterna. Valet att sponsra tar sin utgångspunkt i marknadsföring och handlar om en relation där den som sponsrar kräver en motprestation. Motprestationen kan exempelvis vara att ge utrymme för exponering av sponsorns verksamhet, produkter eller tjänster. Oftast handlar det om en exponering av sponsorns namn.

Sponsring kan gå i två riktningar, antingen kan det vara en extern part som sponsrar kommunal verksamhet, eller så kan det vara kommunen som sponsrar en extern part. Denna policy behandlar båda riktningarna.

Sponsring ska ge det sponsrande företaget eller organisationen och dess verksamhet eller produkter en positiv profil, goodwill. Det kan handla om ett företag eller en person som åtar sig att bekosta eller på annat sätt ansvara för viss verksamhet och som i utbyte får möjlighet att göra reklam eller PR i någon form. Exempelvis kan det vara fribiljetter till ett event. Sponsring kan också vara ett led i ett samarbete eller att sponsorn tillhandahåller förbrukningsmateriel eller utrustning.

Sponsring handlar inte om ideellt arbete eller välgörenhet utan motprestation. Gåvor, donationer och bidrag räknas inte heller som sponsring, eftersom dessa inte kräver något tillbaka.

Enbart köp av reklamplats eller annonsering i programblad, idrottsarenor mm räknas som reklam och är inte sponsring. Reklamens syfte är att nå ut med ett budskap, ge information om en produkt och är ofta starkt värderade. De utformas så att produkten/tjänsten ska väcka uppmärksamhet.

Ett samarbete handlar om ett arbete som bedrivs av två eller flera tillsammans med gemensamt syfte. Syftet med samarbete är inte att i första hand skapa en positiv profil – goodwill, vilket är syftet med sponsring. Sponsring kan dock vara ett led i ett samarbete.

Övergripande principer

Kommunstyrelsen har det övergripande ansvaret för policyn. Berörd nämnd, bolag och verksamhet ansvarar för sponsring inom sitt verksamhetsområde.

Sponsringsärenden ska beslutas i berörd nämnd, bolagsstyrelse eller av den nämnden har delegerat till. Större sponsringsinsatser överstigande två basbelopp ska alltid godkännas av nämnd eller styrelse. Övriga sponsringsärenden tas på delegation med rapporteringsskyldighet till nämnden.

Val av sponsrande parter bör alltid göras med etisk noggrannhet, speciellt vid verksamheter och aktiviteter riktade mot barn och unga.

Sponsring ska ske öppet. Syftet med sponsringen ska vara att omnämna sponsorns namn, varumärke, produkt eller tjänst.

Sponsring bör ej ske i myndighetsutövande verksamhet riktade mot enskilda och företag.

Verksamhetens anskaffning av varor och tjänster via sponsorer får inte äventyra ett normalt anbudsförfarande eller på annat sätt leda till att konkurrensen sätts ur spel. Vid osäkerhet avseende beslut om sponsring bör frågan om sponsring alltid lyftas till kommunstyrelsen för beslut.

Hänsyn måste tas till lagen om offentlig upphandling (LOU). Sponsring omfattas av lagen om offentlig upphandling. Vid osäkerheter ska upphandlingsenheten kontaktas.

Kommunen har en skyldighet att vara saklig och opartisk i sin verksamhet enligt kommunallagen. Detta i sin tur innebär att kommunen inte ska utsätta sig för sådan påverkan att objektiviteten ifrågasätts. Hänsyn måste tas till gällande lagstiftning, verksamhet och verksamhetens målgrupp. Det är viktigt att skilja på reklam och sponsring.

Samma normer som gäller för andra verksamheter som utförs av myndigheter bör gälla för samarbete med sponsorer. Sponsringen måste ske på ett öppet sätt, ha allmänhetens förtroende och tåla offentlig granskning.

Utgångspunkten vid värderingen av motprestationer måste vara att på bästa sätt tillvarata kommunens intressen. Vid värdering bör ställning tas till vilka myndigheter eller vilka verksamheter som får finansieras med sponsring.

Kommunen sponsrar extern part

1. Kommunen kan bedriva sponsring om detta ger positiv uppmärksamhet för kommunen. Sponsring ska inte användas istället för bidrag.
2. Sponsring ska regleras genom ett skriftligt avtal där syfte, avtalstid, motprestation och samtliga mellan parterna avtalade åtaganden anges.
3. Valet av objekt för sponsring ska ske objektivt och sakligt.
4. Kommunens vapen får endast upplåtas till ideell verksamhet eller till verksamhet som tillför mervärde till Värmdö kommuns varumärke efter kommunstyrelsens, eller den kommunstyrelsen delegerat denna beslutanderätt till, tillstånd.
5. Kommunens åtagande och sponsorns motprestation ska vara i balans. Omfattningen ska vara rimlig i förhållande till den effekt som sponsringen ger (goodwill).

Extern part sponsrar kommunen

1. Sponsring av kommunal verksamhet får ske i mindre omfattning, om det bidrar till att uppnå fastställda mål för verksamheten.
2. Kommunens motprestation och sponsorns åtagande ska vara i balans. Omfattningen ska vara rimlig i förhållande till den effekt som sponsringen ger (goodwill). Sponsorstödet får endast vara ett komplement till ordinarie verksamhet och budget.
3. Sponsorstödet får inte uppfattas som oförenligt med kommunens övergripande mål och verksamhet.
4. Kommunen får inte komma i beroendeställning till sponsorerna.
5. Sponsring som kan leda till misstanke om mutor ska ej förekomma.
6. Motprestationen (t ex upplåtelse av sponsorns varumärke) får inte utformas på sådant sätt att detta kan uppfattas som att den kommunala verksamheten har tagit ställning till sponsorns produkter. Sponsorns varumärke får inte dominera över den kommunala verksamheten.
7. Sponsring ska regleras genom ett skriftligt avtal där syfte, avtalstid, motprestation och samtliga mellan parterna avtalade åtaganden anges.