



Riktlinjer för sponsring

Riktlinjernas omfattning

Dessa riktlinjer omfattar:

1. kommunen som sponsor
2. kommunen som mottagare av sponsring

Sponsring, definition

Med sponsring avses ett affärsmässigt avtalsförhållande med ömsesidiga förpliktelser, där kommunen tillhandahåller kontanta medel, varor eller tjänster i utbyte mot någon form av exponering av kommunens varumärke.

1. Kommunen som sponsor

Syfte

Syftet med kommunens sponsring är att stärka kommunens varumärke och göra kommunen känd som besöksmål, mötes- och evenemangsstad, för inflyttning, för etablering av företag, som arbetsgivare och gentemot kommuninvånare.

Ansvar

Kommunstyrelsen är ansvarig för alla beslut som rör kommunen som sponsor.

Kommunala bolag och stiftelser beslutar själva om sponsring men bör i tillämpliga delar beakta dessa riktlinjer i den egna verksamheten för att skapa gemensamma utgångspunkter för marknadsföringen.

Sponsringsmedel

Sponsring kan ske antingen med pengar eller i form av tillhandahållande av arbetsinsatser och/eller material/utrustning.

Allt som kommunen sponsrar med ska värderas i kronor, så att sponsringens totala värde tydligt framgår. Detta gäller såväl eventuell reducering av anläggningshyra och extern marknadsföring som personella insatser och utbetalning av pengar.

Dokumenttyp:	Riktlinje
Dnr:	KS 2021/648
Antagen av:	Kommunfullmäktige
Antagen:	2023-03-08 § 46
Dokumentansvarig:	Kommunikationschef
Senast reviderad:	-

Sponsringsobjekt

Sponsring kan ske av

1. *Föreningar*, t.ex. idrotts- eller kulturförening, eller andra organisationer.
2. Evenemang som anordnas av en förening, organisation eller företag.

Sponsring av föreningar och organisationer

Sponsringen ska inriktas på föreningar och organisationer där marknadsföringen når eller kan förväntas nå en så stor spridning.

Sponsringen kan inriktas på föreningens eller delar av föreningens eller organisationens löpande verksamhet och/eller speciella arrangemang som genomförs.

Sponsringen bör i första hand inriktas på föreningar och organisationer som arrangerar tävlingar och sammankomster med deltagare både från kommunen, nationellt och/eller internationellt och där marknadsföringen kan förväntas nå en bred publik eller uppmärksamhet på annat sätt.

Sponsring av evenemang

Sponsringen av enskilda evenemang ska inriktas på sådana som

- har hög organisatorisk status, t.ex. VM, EM eller SM,
- når ett stort publikt intresse,
- har en särskild inriktning som gör att evenemanget genom detta kan förväntas få stor uppmärksamhet.
- ger massmedial uppmärksamhet utanför kommunen,
- når en särskild målgrupp

Särskilt om elitsponsring

I syfte att skapa förutsättningar för en långsiktig utveckling av idrott på elitnivå i kommunen och därigenom stärka kommunens varumärke gäller följande:

Elitsponsring riktar sig till idrottsföreningar med säte i Uddevalla tillhörande följande riksidsrottsförbund och med plats i nedan angivna nivåer:

- Svenska fotbollsförbundet, högsta och näst högsta serien nationellt, herr och dam,
- Svenska handbollsförbundet, högsta och näst högsta serien nationellt, herr och dam,
- Svenska friidrottsförbundet, deltagande i SM-final samt landslagsmeriter föregående/innevarande år,
- Svenska simförbundet, deltagande i SM-final samt landslagsmeriter föregående/innevarande år,
- Svenska innebandyförbundet, högsta och näst högsta serien nationellt, herr och dam,
- Svenska parasportförbundet, representation i landslag.

Avtal om elitsponsring ska i normalfallet omfatta två år. Avtalet ska fortsätta gälla under avtalsår två oavsett om ovanstående nivå inte uppfylls. I övrigt ska en värdering av respektive elitsponsringsobjekt göras utifrån marknadsföringsperspektivet och särskilda bedömningskriterier nedan.

Särskilda bedömningskriterier

Förutom ovan nämnda förutsättningar ska följande beaktas till förmån för den sökande inför beslut om sponsring:

- att det bedrivs aktivt arbete med social och ekologisk hållbarhet i organisationen eller vid ett visst arrangemang,
- att det bedrivs aktivt arbete mot dopning inom idrotten (vid idrottsinriktad sponsring),
- att föreningen, organisationen och/eller evenemanget även har andra sponsorer utanför kommunkoncernen,
- att arrangemanget pågår fler än en dag och/eller är återkommande.

Objekt som inte kan vara föremål för sponsring

Kommunen sponsrar inte politiska partier, religiösa samfund eller enskilda personer. Ingen sponsring ska ske till organisationer som inte fullgjort sina skyldigheter vad gäller skatter och sociala avgifter.

Sponsringsavtal

Skriftliga avtal

Sponsringsavtal ska alltid vara skriftliga.

Innehåll

Avtalet ska minst innehålla

- Avtalspartens namn och organisationsnummer
- Beskrivning/syfte med sponsringen
- Sponsringen värde/belopp och utbetalning
- Sponsorns åtagande
- Mottagarens åtagande
- Avtalstid
- Redovisningskrav
- Reglering av eventuell uppsägning och återbetalning

Avtalstid

Ett sponsringsavtal får omfatta högst 2 år.

**Utbetalning**

Innan utbetalning sker ska kontroll göras om mottagaren har förfallna leverantörsskulder hos kommunen eller dess bolag. Om så är fallet ska sponsringsmedlen avräknas mot dessa innan utbetalning sker.

Återbetalning

Om ett evenemang eller arrangemang ställs in ska eventuell utbetald sponsring återbetalas om inte särskilda skäl föreligger eller annat avtalats. Samma gäller även för föreningar och organisationer som upphör med sin verksamhet under pågående avtalsperiod.

Uppföljning

Samtliga sponsringsavtal ska följas upp för att säkerställa att avtalet följts. Avtal längre än ett år ska följas upp årligen.

2. Kommunen som mottagare av sponsring

Generella utgångspunkter

Uddevalla kommun är positiv till att utomstående aktörer sponsrar verksamheter inom kommunen med iakttagande av dessa riktlinjer och av ansvarig nämnd antagna bestämmelser.

Ansvar, nämndspecifika bestämmelser

Varje nämnd beslutar i frågor om nämnden som mottagare av sponsring. Den nämnd som avser att ta emot sponsring ska i egna bestämmelser definiera syftet, hur detta förhåller sig till verksamhetens mål, hur efterlevnad av dessa riktlinjer ska säkerställas och övriga utgångspunkter som nämnden anser bör beaktas.

Sponsringsmedel

Sponsringen kan bestå av kontant ersättning, varor och tjänster.

Vad kan sponsras

Sponsringsavtal får inte avse finansiering av verksamhetens kostnader på ett sätt som kan medföra ett beroendeförhållande till sponsorn. Företrädesvis bör sponsring avse särskilda projekt t.ex. evenemang, seminarium, iordningsställande av planteringar, annonsutrymme i tidning, arrangemang för elever/brukare etc.

Vilka kan sponsra

Avtal om sponsring kan tecknas med företag och organisationer som uppfyller förutsättningarna i dessa riktlinjer. Sponsringssamarbete ska inte ske med politiska partier eller religiösa samfund. Samarbete ska heller inte ske om parten inte har fullgjort sina skyldigheter vad gäller skatter och sociala avgifter.

Kommunens varumärke

Sponsringen ska bidra till att stärka bilden av kommunen. Berörd nämnd ska därför säkerställa att samarbete inte sker med sponsorer vars verksamhet strider mot kommunens uppgifter och mål eller på annat sätt kan skada kommunens varumärke.

Kommunalrättsliga principer

Kommunalrättsliga principer samt upphandlingslagstiftningen ska särskilt beaktas. Berörd nämnd ska säkerställa att kommunen genom sponsring inte riskerar att utsätta sig för sådan påverkan att objektiviteten kan rubbas eller ifrågasättas.

Skriftligt avtal

Överenskommelse om sponsring ska ske genom skriftligt avtal mellan kommunen (berörd nämnd) och respektive sponsor. Avtalets omfattning bör följa vad som anges i avsnitt 1 ovan.