

RIKTLINJER FÖR SPONSRING FÖR UDDEVALLA KOMMUN

Fastställda av kommunfullmäktige den 12 januari 2005, § 11

Kommunens vision

”Uddevallas invånare skall ges förutsättningar för en god livskvalitet.” Detta är den övergripande inriktningen i kommunens vision. All verksamhet, och därmed även sponsring, skall ha visionen som utgångspunkt i arbetet.

De bedömningar som görs och beslut som tas enligt dessa riktlinjer skall knyta an till visionen och dess innehåll.

Utgångspunkt

Kommunen är en huvudsakligen skattefinansierad verksamhet med ett tydligt ansvar mot invånarna att skattemedlen används på ett ansvarsfullt sätt. Invånarna skall känna förtroende för att verksamheterna bedrivs på saklig, oberoende och neutral grund. I de frågor som rör sponsring krävs därför en noggrann bedömning i varje enskilt fall.

Syfte

Syftet med kommunens sponsring är att marknadsföra kommunen och göra kommunen känd både inom och utanför kommungränsen. Sponsringen bygger på ett ekonomiskt samarbete som innebär att kommunen stödjer den andra parten med pengar eller tjänster mot omnämnande eller annat offentliggörande, reklamutrymme, att föreningar/medlemmar ställer upp för kommunen i viktiga sammanhang och/eller att föreningen åtager sig vissa uppgifter.

Marknadsföringen skall rikta sig till kommunens invånare och företag, möjliga inflyttare och företag för ev. etablering samt till befintliga och möjliga besökare i kommunen.

Inriktningen av sponsringen skall styras av hur varumärket Uddevalla kommun skall marknadsföras och vad kommunen vill vara känt för.

Typ av sponsring

Sponsring kan ske antingen med pengar eller i form av tillhandahållande av arbetsinsatser och/eller material/utrustning. För arbetsinsatser skall åtagandet vara ett led i kommunens arbete med sysselsättningsskapande åtgärder.

Sponsringsobjekt

Sponsring kan ske av:

- idrottsföreningar
- kulturföreningar

- organisationer
- evenemang
- företags arrangemang.

Generellt

Inriktningen av sponsorsinsatserna skall styras av kommunens vision och varumärkesinriktning.

Allt som kommunen ställer upp med skall värderas i kronor, så att det tydligt framgår vad man satsar. Detta gäller såväl ev. reducering av anläggningshyra och extern marknadsföring som personella insatser och direkt ekonomiskt stöd.

Föreningar och organisationer

Sponsringen inriktas på föreningar och organisationer där marknadsföringen når eller kan förväntas nå en så stor spridning som möjligt inom kommunen, nationellt och/eller internationellt. Sponsringen kan inriktas på föreningens eller organisationens löpande verksamhet och/eller speciellt(a) arrangemang som genomförs. Sponsringen bör i första hand inriktas på föreningar och organisationer som arrangerar tävlingar, sammankomster med deltagare både från kommunen, nationellt och/eller internationellt och där marknadsföringen kan förväntas nå en bred publik eller uppmärksamhet på annat sätt.

Vid sponsring av idrottsföreningar vars representationslag deltar i seriesystem bör nivån i seriesystemet och graden av exponering, beaktas vid beslutet. Se bilaga.

Sponsorsinsatser med kulturföreningar bestäms utifrån hur stor målgrupp som nås med marknadsföringen, förväntad eller faktisk publik tillströmning till evenemang, uppmärksamhetsvärde, massmedial bevakning o dyl. Sponsringen kan inriktas på föreningens löpande verksamhet och/eller speciellt(a) arrangemang som genomförs.

Evenemang

Sponsringen inriktas på evenemang som har antingen

- hög organisatorisk status (VM, EM eller SM)
- stort publikt intresse
- en särskild inriktning som gör att evenemanget genom detta kan förväntas få stor uppmärksamhet.

Företags arrangemang

Sponsring kan ske av evenemang och arrangemang som anordnas av företag och där kommunen kan förväntas nå ut med marknadsföring av kommunen. Sponsringen bestäms utifrån förväntad eller faktiskt deltagarantal, publik tillströmning, uppmärksamhetsvärde, massmedial bevakning o dyl.

Jämställdhet

Kommunens sponsring skall utgå från ett jämställdhetsperspektiv mellan män och kvinnor. Sponsringen skall därför ske så att den aktivt främjar jämställdheten i samhället.

Gemensam sponsring

Kommunen vill arbeta med inriktningen att sponsring skall vara en angelägenhet för flera intressenter. Sponsringen bör därför inriktas på föreningar, organisationer och evenemang där även andra sponsorer medverkar.

Incitament

Sponsringsavtal bör utformas på sådant sätt att det skapar incitament att vidga kretsen av mottagare av marknadsföringen samt att locka till att tillskapa fler och nya evenemang.

Vid nya sponsringsåtaganden med återkommande genomförande kan kommunens åtagande vara större vid första tillfället för att sedan successivt minska.

Utformning

All marknadsföring enligt dessa riktlinjer skall utformas enligt kommunens grafiska profilprogram.

Skriftliga avtal

För att tydliggöra för alla parter syfte och omfattning skall skriftliga avtal alltid upprättas.

Tid

Avtalen bör inte omfatta mer än ett år i sänder eller ett evenemang åt gången.

Återbetalning

Om ett evenemang eller arrangemang ställs in skall ev. utbetald sponsring återbetalas. Samma gäller även för föreningar och organisationer som upphör med sin verksamhet under pågående avtalsperiod.

Uppföljning

Beslutade större insatser bör följas upp för att om möjligt bedöma effekterna av sponsringen.

Ansvar

Kommunstyrelsen är, i egen regi eller genom uppdrag till Uddevalla Evenemangs- och TuristForum AB, ansvarig för all sponsring för kommunen. Kommunstyrelsen äger rätt att delegera till kommunstyrelsens ordförande att besluta om sponsringsavtal där åtagandet uppgår till max 50 tkr.

Administrationen, genom informationsavdelningen, ansvarar för framtagandet av erforderligt material för varje avtal.

Kommunala bolag och stiftelser

Bolag och stiftelser är självständiga juridiska personer. Styrelserna i dessa har fullt ansvar för verksamheten. Styrelserna självständigt fattar beslut i frågor som rör sponsring.

Bolagen och stiftelserna bör dock i tillämpliga delar beakta dessa riktlinjer i den egna verksamheten för att skapa gemensamma utgångspunkter för marknadsföringen.

Bilaga Vägledning för sponsring av idrottsföreningar

Bilaga

Vägledning för sponsring av idrottsföreningar

- | | |
|-------------------|--|
| Kategori 1 | Högsta serien inom fotboll och ishockey
Internationellt stort evenemang |
| Kategori 2 | Högsta serien inom handboll, bandy, basket och innebandy
Nationellt stort evenemang |
| Kategori 3 | Näst högsta serien inom fotboll, ishockey, handboll
Nationellt medelevenemang |
| Kategori 4 | Högsta serien inom volleyboll, tennis, bordtennis, bowling eller
motsvarande
Tredje högsta serien inom fotboll
Nationellt litet evenemang |