

Riktlinjer för sponsring

Dokumenttyp	Riktlinjer
Fastställt/upprättad	2012-04-11 av Kommunstyrelsen § 73
Senast reviderad	-
Detta dokument gäller för	Alla nämnder
Giltighetstid	Tills vidare
Dokumentansvarig	Informationschef
Dnr	2012-189



Innehållsförteckning

Utgångspunkt	4
Syfte.....	4
Typ av sponsring	4
Inriktning	4
Motprestation	4
Kriterier	5
Gemensam sponsring.....	5
Avtal	5
Grafisk profil	5
Återbetalning.....	5
Ansvar	5

Utgångspunkt

Kommunen är en huvudsakligen skattefinansierad verksamhet med ett tydligt ansvar mot invånarna att skattemedlen ska användas på ett ansvarsfullt sätt. Invånarna skall känna förtroende för att verksamheterna bedrivs på sakligt, oberoende och neutralt sätt. 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. En tydlig motprestation så som omnämnande eller annat offentliggörande, reklamutrymme, eller att föreningar/medlemmar ställer upp för kommunen i viktiga sammanhang och/eller att föreningen åtager sig vissa uppgifter.

Marknadsföringen skall rikta sig till privat personer och företag, möjliga inflyttare och företag för eventuell etablering samt till befintliga och möjliga besökare i kommunen.

Inriktningen av sponsringen skall styras av hur varumärket Hjo kommun ska 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 kan åtagandet vara ett led i kommunens arbete med sysselsättningskapande åtgärder.

Inriktning

Inriktningen av sponsorinsatser ska 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 eventuell reducering av anläggningshyra och extern marknadsföring som personella insatser, användning av material/utrustning och direkt ekonomiskt stöd.

Motprestation

Som motprestation ska Hjo kommun, efter överrensommelse med arrangören, erhålla reklam- och/eller annonsutrymme av olika slag (t ex. annonser, affischer, programblad, kläder, skyltar) eller på annat sätt omnämnas. Det kan också vara en motprestation som på något sätt kommer Hjo kommuns invånare till gagn.

Kriterier

Aktiviteterna/evenemangen ska vara publika och vända sig till allmänheten.

Sponsorinsatser bestäms utifrån:

- att marknadsföringen når eller kan förväntas nå en så stor spridning som möjligt inom kommunen, nationellt eller internationellt
- hur stor målgrupp som nås med marknadsföringen
- förväntad eller faktisk publik tillströmning till evenemang
- uppmärksamhetsvärde
- förväntat massmedialt intresse
- massmedial bevakning
- vilken omfattning som motprestationen ger Hjo kommuns invånare

Gemensam sponsring

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

Avtal

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.

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

Grafisk profil

All marknadsföring enligt dessa riktlinjer ska utformas enligt Hjo kommuns grafiska profilprogram.

Återbetalning

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

Ansvar

Sponsring sker inom ramen för fastställd årsbudget på informationsenheten. Samtliga sponsringsavtal ska godkännas av informationschefen.