

Riktlinje för sponsring

Dokumenttyp	Riktlinje
Fastställt/uppriktad	Kommunstyrelsen 2019-09-11, § 111
Senast reviderad	
Detta dokument gäller för	Alla nämnder
Giltighetstid	Tills vidare
Dokumentansvarig	Kommunikationschef
Dnr	2019-249



Innehållsförteckning

Inledning.....	4
Definitioner.....	4
Sponsring.....	4
Ett bidrag, en donation eller en gåva.....	4
Reklam	4
Del 1 – När kommunen är sponsor	4
Utgångspunkt.....	4
Syfte.....	4
Kriterier för sponsring.....	4
Jämställdhet.....	5
Utformning.....	5
Avtal och ansvar	5
Del 2 – Sponsring av kommunal verksamhet	5
Utgångspunkt.....	5
Syfte.....	5
Kriterier.....	5
När kommunen tar ställning till sponsringsstöd bör följande frågor särskilt beaktas:	6
Avtal och ansvar	6

Inledning

Denna riktlinje består av två delar. Del 1 avser då Hjo kommun sponsrar förening, evenemang eller dylikt. Del 2 avser då extern part sponsrar kommunal verksamhet.

Definitioner

Sponsring

Sponsring innebär ett avtal till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter, där den ena parten (sponsorn) förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor och/eller tjänster och den andra parten (den sponsrade) som motprestation tillhandahåller t ex exponering av företagsnamn, varumärke eller varor och/eller tjänster till nytta för sponsorn i dennas verksamhet. För att anses som sponsring ska exponeringen av sponsorn endast innehålla uppgift om vem som står bakom sponsringen, t ex sponsorns namn, varumärke eller tjänster.

Ett bidrag, en donation eller en gåva

Ett bidrag, en donation eller en gåva innebär att givaren lämnar pengar eller andra tillgångar till en mottagare utan krav på motprestation. Bidragsgivaren får inte heller åtnjuta särskild förmånsställning, ställa krav på hur en uppgift ska utföras eller kräva att vissa resultat ska uppnås.

Reklam

Reklam är en del av ett företag eller organisations marknadsföring. Reklamens syfte är att nå ut med ett budskap om en produkt eller tjänst för att så många som möjligt ska köpa den eller att skapa goodwill för organisationen eller företaget eller dess tjänster.

Del I – När kommunen är sponsor

Utgångspunkt

Kommunen är en huvudsakligen skattefinansierad verksamhet med ett tydligt ansvar mot invånarna att skattemedlen ska används 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.

Kriterier för sponsring

Sponsringen ska inriktas på föreningar, organisationer eller enskild utövare med anknytning till Hjo kommun som bidrar till en positiv marknadsföring av kommunen. Sponsringen kan inriktas på löpande verksamhet och/eller specifikt arrangemang. Sponsorvärdet bedöms efter hur många och vilken bredd marknadsföringen förväntas nå. Ju fler som nås, desto högre värde har sponsringen för kommunen. Sponsorinsatser vid evenemang bestäms utifrån hur stor målgrupp som nås med marknadsföringen, förväntad och faktisk publik tillströmning, uppmärksamhetsvärde

och massmedial bevakning.

Hjo kommun sponsrar inte affärsdrivande, politiska eller religiösa organisationer/föreningar.

Allt som kommunen ställer upp med ska värderas i kronor så att det tydligt framgår vad kommunen satsar. Detta gäller såväl eventuell reducering av anläggningshyra och extern marknadsföring som personella insatser, giveaways och direkt ekonomisk sponsring.

Jämställdhet

Kommunens sponsring ska utgå från ett jämställdhetsperspektiv mellan män och kvinnor.

Sponsringen ska därför ske så att den aktivt främjar jämställdheten i samhället.

Utformning

Kommunens sponsoråtagande ska samordnas av kommunikationschef och kultur, turism och fritidschef för att kommunen ska uppnå största möjliga effekt av sin insats. All marknadsföring ska utformas enligt kommunens grafiska profilprogram.

Avtal och ansvar

Varje sponsring ska regleras genom ett avtal mellan Hjo kommun och motparten där åtagandet, motprestation och uppföljning klart redogörs. Sponsring sker inom ramen för fastställd årsbudget på Kommunikationsenheten.

Del 2 – Sponsring av kommunal verksamhet

Utgångspunkt

Grundregeln är att Hjo kommuns verksamhet ska vara reklamfri. Medborgarna ska kunna känna fullt förtroende för att alla våra verksamheter 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 att låta någon annan sponsra aktiviteter som bedrivs av Hjo kommun kan till exempel vara att reducera kommunens kostnad för en viss aktivitet eller att kunna genomföra specifika satsningar tillsammans med extern aktör.

Kriterier

Ingen av kommunens lagstadgade verksamheter får bli beroende av stöd från utomstående sponsorer, varken ekonomiskt eller så att det påverkar verksamhetens inriktning. Kommunen kan till exempel inte ta emot stöd från sponsorer till den löpande driften av någon lagstadgad verksamhet. Däremot kan kommunen ta emot sponsorstöd för arrangemang, projekt av mer tillfällig art och för icke obligatorisk verksamhet. Samarbetet mellan skola och näringsliv innebär i vissa fall att undantag görs från reklamfrihet.

När kommunen tar ställning till sponsringsstöd bör följande frågor särskilt beaktas:

- Hamnar verksamheten i en beroenderelation genom sponsringen?
- Hur påverkas kommunens trovärdighet och integritet?
- Vilka marknadsföringseffekter kan företaget tänkas vilja få ut av sponsringen idag och på lång sikt? Kan kommunen medverka i företagets marknadsföring under de förutsättningarna?

Avtal och ansvar

All sponsring ska ske öppet och dokumenteras i ett avtal där sponsorns stöd och kommunens motprestation preciseras till innehåll och varaktighet.

Sponsringen får inte:

- utformas så att det kan finnas minsta misstanke om att en kommunal verksamhet eller anställd låter sig påverkas eller är beroende av någon leverantör, entreprenör eller liknande.
- syfta till att påverka brukarna av kommunens tjänster, anhöriga, besökare eller personal i någon riktning.

Kommunala verksamheter får inte låta sig sponsras av företag som bedriver verksamhet eller säljer produkter/tjänster som motverkar kommunens mål och intentioner eller som inte är förenliga med vetenskap och beprövad erfarenhet.