



Referens
Marica Nordwall

Antagen av kommunfullmäktige
2012-06-14, § 80

Policy för sponsring

Sammanfattning

Policyn är ett stöd till medarbetare som arbetar med eller överväger att arbeta med sponsring, både att ta emot och ge sponsring. Det är också en vägledning för dig som representerar en extern aktör som vill sponsra eller bli sponsrad av Botkyrka kommun.

All sponsring som vi i Botkyrka kommun engagerar oss i ska syfta till att stärka Botkyrkas varumärke. En grundförutsättning för att sponsring ska komma i fråga är att den stärker bilden av Botkyrka och vårt varumärkeslöfte långt ifrån lagom – en kontrastrik och kreativ mötesplats.

Botkyrka kommuns modell innebär att sponsringen ska ge något tillbaka till alla inblandade och leda till ett resultat som kan mätas mot fördefinierade mål. Det är viktigt att proportionen mellan sponsringsbelopp och motprestation är rimlig. Vi strävar efter en balans mellan exponering av Botkyrkas grafiska profil och aktiviteter.

Det är en kungemensam beredningsgrupp som behandlar alla ansökningar om sponsring som Botkyrka kommun får samt utvärderar befintliga sponsringsavtal.

Varför en sponsringpolicy?

Policyn syftar till att klargöra vad sponsring är, hur och varför vi ska arbeta med sponsring i Botkyrka kommun och de helägda kommunala bolagen samt vilka våra grundprinciper är för sponsring.

Vad är sponsring?

Sponsring är en affärsmässig metod för kommunikation och marknadsföring. Sponsorn köper sig rätten att associera sig med en verksamhet eller en företeelse, till exempel ett evenemang, en organisation eller ett projekt.

Med sponsring menar vi också ett ekonomiskt samarbete som innebär att en part stödjer en annan part med pengar, varor eller tjänster mot någon form av motprestation och med förväntningar av någon form av effekter.

Sponsring är inte detsamma som välgörenhet eller bidrag. Det handlar inte heller om stöd för att en verksamhet ska finnas till. Sponsring är heller inte ett långsiktigt ekonomiskt åtagande.

Sponsring kan gå i två riktningar, dels kan en extern aktör sponsra Botkyrkas kommunala verksamhet, dels kan Botkyrka kommun eller något av de kommunala bolagen sponsra en extern aktör. Den här policyn reglerar båda typerna av sponsring.

Vem vänder sig policyn till?

Den här policyn vänder sig till två grupper.

1. Du som är medarbetare i Botkyrka kommun och dess helägda bolag som arbetar med eller överväger att arbeta med sponsring, både att ta emot och ge sponsring.
2. Du som representerar en extern aktör som vill sponsra eller bli sponsrad av Botkyrka kommun.

Syftet med Botkyrka kommuns sponsring

All sponsring som vi i Botkyrka kommun engagerar oss i ska syfta till att stärka Botkyrkas varumärke.

Grundförutsättningar för sponsring – stärka Botkyrkas varumärke

Det finns flera grundförutsättningar som ska uppfyllas för att Botkyrka kommun ska sponsra eller bli sponsrad.

En grundförutsättning är att sponsringen ska stärka bilden av Botkyrka och vårt varumärkeslöfte långt ifrån lagom - en kontrastrik och kreativ mötesplats.

Sponsringen ska också stärka Botkyrkas övergripande position som:

- en upplevelsekommun med fokus på kultur, natur och idrott och/eller
- en av Sveriges mest kreativa kommuner.

Sponsringen ska stödja Botkyrka att bli:

- klimatsmart,
- hållbart,
- jämställdhet,
- interkulturellt samt
- fritt från alkohol, droger och doping.

All sponsring ska:

- vara till gagn för Botkyrkaborna och kommunens personal
- nytta för Botkyrka som plats och kommun.
- präglas av ett starkt ambassadörskap och bygga på människors berättelser och engagemang för varumärket Botkyrka

Botkyrka kommuns sponsringsmodell

Botkyrka kommuns modell innebär att sponsringen ska ge något tillbaka till alla inblandade och leda till ett resultat som kan mätas mot fördefinierade mål.

Det är viktigt att proportionen mellan sponsringsbelopp och motprestation är rimlig. Botkyrka kommun kräver att motprestationerna från den som får sponsring är tydligt beskrivna.

Vi strävar efter en balans mellan exponering av Botkyrkas grafiska profil och ett aktivt engagemang från den som Botkyrka sponsrar eller den som Botkyrka blir sponsrad av.

När vi som Botkyrka kommun blir sponsrad

Vi bedömer hur väl den externa partens verksamhet, projekt eller evenemang uppfyller Botkyrka kommuns grundläggande förutsättningar för sponsring.

Vi bedömer också vilka motprestationer och resurser som sponsringsengagemanget skulle kräva och dess rimlighet i förhållande till effekterna.

Vi säkerställer att sponsringen inte kommer att inkräkta på politikernas handlingsutrymme eller kommer att påverka verksamhetens mål eller objektivitet negativt.

Vi tolererar inte externa parters krav på inflytande eller medbestämmande över vår verksamhets innehåll eller beslutsprocess.

Vi säkerställer att sponsringen inte kommer att medföra att kommunens upphandlingsverksamhet ifrågasätts.

Vi ser till att sponsringen inte orsakar risk för misstanke om muta eller otillbörliga syften.

Vi tillämpar inte sponsring så att vår verksamhet blir beroende av den.

Vi tar inte emot sponsring vid myndighetsutövning.

Så bedömer vi externa sponsringsaktörer

Alla Botkyrka kommuns sponsringssamarbeten ska präglas av öppenhet. Botkyrkas invånare och medierna ska kunna granska dem utan att det minskar tilliten och förtroendet för Botkyrka kommun eller vår verksamhet.

Vi säkerställer:

- att den externa aktörens verksamhet drivs seriöst
- att den externa aktörens verksamhet är förenlig med kommunens värderingar,
- att den externa aktören följer marknadsföringslagen,
- om och i så fall vilka andra som den externa aktören får sponsring av eller ger sponsring samt
- att den externa aktören har kollektiv avtal..

Vi tar inte emot sponsring från:

- politiska partier eller religiösa organisationer,
- externa parter som bedriver verksamhet som uppenbart skadar människor eller miljö, exempelvis tobaks- och alkoholtillverkare, eller
- externa parter vars verksamhet kränker personer i strid mot diskrimineringslagen (2008:567).

Övriga avgränsningar

Vi undviker att sponsra enskilda individer för att vi är medvetna om riskerna med att bygga associationer mellan vårt varumärke och enskilda individers handlingar.

Vi går inte in i sponsringsprojekt om tid eller andra resurser saknas för att förverkliga projektets potential.

När du vill bli sponsrad av Botkyrka kommun

För att bli sponsrad av Botkyrka kommun krävs att du som representant för en extern aktör gör en skriftlig ansökan. Beskriv på vilka sätt verksamheten, projektet eller evenemanget:

- lever upp till Botkyrka kommuns grundförutsättningar för sponsring,
- vilka aktiviteter ni planerar
- nyttan och effekterna som Botkyrka kommun kan få genom sponsringen samt
- vilka andra eventuella sponsringspartners ni samarbetar med.

Ansvar och beslutsnivåer

Det är en kommungemensam beredningsgrupp som behandlar alla ansökningar om sponsring samt utvärderar befintliga sponsringsavtal. Kommundi-

rektören bestämmer gruppens sammansättning, i vilken minst en representant för kommunikationsområdet ska ingå.

Beredningsgruppen behandlar ansökningarna två gånger per år, i januari och september, eller vid särskilda behov. Gruppen lämnar sedan ett underlag till kommunstyrelsen för beslut.

Beslut om sponsring

Kommunstyrelsen fattar beslut om sponsring över 100 000 kr och i frågor som gäller försäljning av kommunala verksamheters namn. Vid summor under 100 000 kr kan beredningsgruppen fatta beslut.

Berörd förvaltning fattar beslut om förvaltningen ska ta emot sponsring av kommunal verksamhet vid summor upp till 50 000 kr. Vid summor över 50 000 kr eller vid försäljning av kommunala verksamheters namn skall frågan beredas i beredningsgruppen.

Beslut om bolagens sponsring så länge de följer de styrdokument som har fastställts av kommunledningen

De kommunala bolagen sköter sin sponsring inom sin verksamhet.

Avtalsreglering

Botkyrka kommun skriver i första hand sponsringsavtal som är ettåriga. Sedan utvärderar vi avtalet och dess effekter, därefter kan vi eventuellt teckna ett nytt avtal. Om vi skriver avtal som är längre än ett år så utvärderar vi ändå avtalet årligen.

Om ett evenemang eller arrangemang ställs in ska eventuell sponsring återbetalas. Det samma gäller för externa aktörer som upphör med verksamhet under tiden för gällande sponsringsavtal eller bryter mot grundförutsättningarna som finns beskrivna i policyn

Botkyrka kommun förbehåller sig också rätten att i varje enskilt fall avböja eller avbryta ett sponsorsamarbete av etiska skäl eller av de skäl som anges i lagtexterna nedan.

Skriftliga sponsringsavtal

Sponsorkontrakt ska alltid upprättas mellan parterna för att fastställa syfte, omfattning och parternas åläggande gentemot varandra.

Avtalet bör innehålla följande:

- namn, adresser och organisationsnummer,
- kontaktpersoner,
- syftet med sponsringen,

- aktiviteten och motprestationen,
- sponsorns åtagande,
- mottagarens åtagande,
- avtalstid,
- ansvar vid inställda evenemang,
- uppföljning och utvärdering,
- formen för uppsägning av avtalet och om förutsättningarna förändras samt
- formen för lösning av eventuell tvist om avtalets tillämpning.

Uppföljnings- och utvärderingsrutiner

Diariför alla sponsringsavtal på ett enhetligt sätt och redovisa samtliga kostnader och intäkter på intäkt- och kostnadsslag avseende sponsring. På så sätt möjliggör vi en god uppföljning och utvärdering.

Utvärdera nyttan och effekterna av samtliga sponsringssamarbeten innan beslut fattas om förlängning av avtalet. Utvärderingen ska ske i form av en tjänsteskrivelse som ska diarieföras tillsammans med avtalet.

Lagar som berör sponsring

Det finns inte någon särskild lag eller förordning som definierar vad som menas med sponsring eller som reglerar hur sponsring ska hanteras. Det finns heller ingenting i lagstiftningen som uttryckligen förbjuder sponsring inom offentlig verksamhet.

Nedan redovisas exempel på lagstiftningar som kan anses utgöra begränsningar inom sponsringsområdet.

Regeringsformen

Kommunerna är bundna av objektivitetsprincipen som är grundlagsfäst i regeringsformen. Kommunerna ska behandla alla lika inför lagen samt iaktta saklighet och opartiskhet i sin verksamhet. Av detta följer att kommunen inte genom sponsring får utsätta sig för sådan påverkan att objektiviteten kan ifrågasättas.

Kommunallagen

Sponsringen får inte påverka eller inskränka det politiska handlingsutrymmet. Sponsringen får alltså inte förknippas med villkor som påverkar verksamhetens mål, inriktning, omfattning och kvalitet. Avgörande för om kommunen kan ta emot sponsring är vilka villkor sponsringen är förknippad med. Villkoren får inte medföra ett beroendeförhållande till sponsorn. Samarbetet mellan kommunen och näringslivet får inte heller innebära ett otillåtet stöd till ett enskilt företag.

Lagen om offentlig upphandling (LOU)

Avtal om sponsring med varor eller tjänster ska i vissa fall upphandlas enligt LOU. Upphandlingsskyldigheten inträder då sponsorn bidrar med varor eller tjänster till en upphandlande enhet och i gengäld av enheten får varor eller tjänster, så kallat barteravtal eller kontanta medel. Om avtalet om leverans av varor eller tjänster är utan förpliktelser för den upphandlande enheten, utgör varorna eller tjänsterna en gåva, vilken inte omfattas av reglerna i LOU. Att en upphandlande enhet endast åtar sig att upplysa om att en leverantör sponsrar den upphandlande enheten med varor eller tjänster, innebär normalt inte att avtalet innehåller förpliktelser för enheten. Sponsring med endast kontanta medel omfattas inte av reglerna i LOU.

Marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen gäller om ett sponsringsavtal leder till kommersiell reklam. Enligt marknadsföringslagen ska all marknadsföring utformas enligt god marknadsföringssed.

Speciallagstiftning

Det finns en mängd speciallagstiftningar inom kommunal verksamhet. En allmän begränsning med sponsring är att sådan inte bör förekomma vid myndighetsutövning.

Lagkrav för de kommunala bolagen

När det gäller de kommunala bolagen tillkommer även skattelagstiftningens regler kring vad som krävs för att sponsringen ska vara avdragsgill i bolagets verksamhet. För att sponsring ska vara en avdragsgill kostnad krävs att den utgör en driftkostnad i näringsverksamheten. Sponsorn måste få något i motprestation som kan verka resultatfrämjande i näringsverksamheten. Här får sponsoravtalet stor betydelse för att avgöra vilka motprestationer sponsorn har fått genom sponsringen. Motprestationerna marknadsvärderas och företaget får bara avdrag för värdet av motprestationerna.