

## Riktlinje för sponsring

Dokumenttyp

Riktlinje

Fastställt/uppriktad

Kommunstyrelsen 2023-12-06, § 149

Senast reviderad

Detta dokument gäller för

Alla nämnder

Giltighetstid

Tills vidare

Dokumentansvarig

Kanslichef

Dnr

2023-296



## Innehållsförteckning

Innehållsförteckning .....	2
Inledning.....	3
Definitioner.....	3
Sponsring.....	3
Bidrag, donation eller gåva.....	3
Reklam .....	3
Del 1 – När kommunen är sponsor .....	3
Utgångspunkt.....	3
Syfte.....	3
Kriterier för sponsring.....	3
Bedömningsunderlag.....	4
Sponsringens värde.....	4
Sponsring av idrott på elitnivå.....	4
Utformning.....	4
Beslut.....	4
Återkoppling.....	5
Redovisning.....	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: .....	5
Avtal .....	6
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 till exempel 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, till exempel sponsorns namn, varumärke eller tjänster.

### Bidrag, donation eller 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 företags 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, i huvudsak, skattefinansierad verksamhet med ett tydligt ansvar gentemot invånarna att skattemedlen ska användas på ett ansvarsfullt sätt. Invånarna ska känna förtroende för att verksamheterna bedrivs sakligt, oberoende och neutralt. 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 platsen mer känd både inom och utanför kommungränsen.

Sponsringen ska bidra till att skapa ett levande Hjo och hjälpa till att göra Hjo till en bra kommun att bo, vistas och verka i.

Sponsringen ska även ligga i linje med kommunens vision, värdegrund och relevanta styrdokument.

### Kriterier för sponsring

Följande kriterier gäller för att eventuell sponsring ska vara aktuell:

- Sökande är en förening, organisation eller privatperson med anknytning till Hjo kom-

mun.

- Aktiviteten ska bidra till en positiv marknadsföring av Hjo.
- Sponsring beviljas för särskilda evenemang eller specifika aktiviteter som inte är en del av sökandes ordinarie verksamhet.

Följande aktiviteter sponsras INTE:

- Aktiviteter/evenemang som aktivt motarbetar alla människors lika värde eller som motverkar kommunens mål och intentioner.
- Aktiviteter/evenemang med politiska eller religiösa syften där huvudfokus ligger på att rekrytera nya medlemmar eller sprida ideologiska eller religiösa budskap.
- Aktiviteter/evenemang där Hjo kommun är medarrangör.

## Bedömningsunderlag

1. Kvantitativt: Utgår från förväntat genomslag. Ju fler som nås, desto högre sponsringsvärde för kommunen. Sponsringsmedel kan fördelas utifrån uppskattad publik tillströmning, uppmärksamhetsvärde och massmedial bevakning.
2. Kvalitativt: Utgår från aktivitetens/evenemangets målgrupp. Aktiviteter/evenemang som bidrar till att bredda utbudet i kommunen kan komma att prioriteras.
3. Hållbart Hjo: Utgår från aktivitetens/evenemangets placering i tid. Evenemang som bidrar till att skapa ett levande Hjo över hela året, kan komma att prioriteras.

## Sponsringens värde

Allt som kommunen sponsrar ska värderas i kronor så att det tydligt framgår vad kommunen satsar. Detta gäller såväl eventuell reducering av avgifter och extern marknadsföring som personella insatser, tjänster, profilprodukter/material och direkt ekonomisk sponsring.

## Sponsring av idrott på elitnivå

Allmän sponsring för elitidrottare kan beviljas för:

- Lag som spelar i serie eller tävlingssammanhang som aktuellt förbund bedömer som elitnivå, det vill säga högsta nivå i den aktuella sporten.
- Framgångsrik individuell idrottsutövare som tävlar på lägst SM-nivå och tillhör en lokal förening och/eller är bosatt i kommunen. Personen ska vara 16 år eller äldre, eller fylla 16 år under det året som ansökan avser.

## Utformning

Ansökan om sponsring ska göras via e-tjänst. Ansökningar bedöms vid fyra tillfällen under ett kalenderår.

Sponsring sker inom ramen för fastställd årsbudget på kansliet. Ansökan samt beslut diarieförs. Utbetalning görs i enlighet med rutin för utbetalning av sponsring.

## Beslut

Förslag till beslut om sponsring tas fram av en sponsringsgrupp som består av representant från kommunikation, näringsliv samt representanter från Kultur, turism och fritid. Beslut fattas av kanslichef.

Varje sponsringstillfälle regleras genom ett beslut där kommunens och sökandens åtagande, motprestation och uppföljning framgår. All marknadsföring ska utformas enligt kommunens gra-

fiska profil.

## Återkoppling

I sponsringsbeslut framgår hur berörd mottagare ska återkoppla/följa upp beviljad sponsring. Detta är viktigt för att sponsringsgruppen ska kunna utvärdera huruvida sponsringens förväntade värde uppnåddes. Utebliven återkoppling från den sponsrade kan resultera i att framtida ansökningar inte beviljas.

## Redovisning

Förvaltningen ska årligen redovisa till kommunstyrelsen vilka som sökt sponsring av kommunen.

## 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 kunna genomföra riktade satsningar tillsammans med extern aktör eller skapa ett närmare samarbete med närings- och föreningsliv i kommunen.

### 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 lagstadgad verksamhet.

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

- Kommunen ska inte hamna i beroendeställning genom sponsringstillfället. Sponsringen får inte heller 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.
- Kommunen ska inte ta emot sponsring från extern part som motverkar kommunens mål och intentioner.
- Fundera över företagets/organisationens långsiktiga intentioner med sponsringen.
  - Vilka markandsföringseffekter kan företaget tänkas vilja få ut av sponsringen idag och på lång sikt?
  - Kan kommunen medverka i företagets marknadsföring under de förutsättningarna?
- Sponsringen får inte syfta till att påverka brukarna av kommunens tjänster, anhöriga, besökare eller personal i någon riktning.

## Avtal

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

## Ansvar

Bedömning av huruvida sponsring av kommunal verksamhet är möjlig eller lämplig görs i varje enskilt fall. Bedömning görs av kanslichef.