

Sponsringsmodell för Finspångs kommun

Antagen av kommunstyrelsen 2009-05-04, § 204

Finspångs kommuns sponsring ska inriktas på föreningar där marknadsföringen når eller kan väntas nå en så stor spridning som möjligt inom kommunen, nationellt och/eller internationellt.

Vid sponsring av idrottsföreningar vars representationslag deltar i seriesystem bör nivån i seriesystemet och graden av exponering, beaktas vid beslutet. Det som också kan värderas vid sponsring är föreningens engagemang. Detta för att uppmuntra föreningar att till exempel utveckla sin breddverksamhet och vara en aktivare del av samhället. Denna värdering ska bara göras om föreningen är berättigad till sponsring enligt den modell som presenteras i detta dokument. En värdering av föreningens engagemang ska ske separat från modellen och måste utredas från fall till fall.

Sponsorsinsatser mot kulturföreningar bestäms utifrån hur stor målgrupp som nås med marknadsföringen samt förväntad eller faktisk publik, uppmärksamhetsvärde och massmedial bevakning. Sponsringen kan inriktas på föreningens löpande verksamhet och/eller speciellt(a) arrangemang som genomförs. Individuella idrotter omfattas också av denna policy och bedöms på samma sätt. Där måste dock sponsringen riktas mot föreningen och inte den individuella idrottaren.

Sponsring av kultur/idrott ska hållas isär från andra typer av satsningar inom de områden och ska alltså inte beaktas vid en sponsringsförfrågan. Eventuellt stöd av kultur eller idrottspolitisk karaktär faller inte inom ramen för sponsring och bör behandlas som separata ärenden.

För att komplettera en sponsringspolicy behövs det en ny modell som ska ge ett stöd vid bedömningar av sponsringsförfrågningar. Modellen ska omfatta all sponsring utifrån den nya sponsringspolicyn det vill säga sponsring av:

- Idrottsföreningar
- Kulturföreningar

- Evenemang/arrangemang

Modellen är inte baserad på belopp i kronor utan procent av en fast budget. Detta ska ge en smidigare ekonomisk hantering av dessa ärenden. Modellen ser olika ut beroende på vad som ska bedömas men följer samma princip. Budgeteten för sponsring av idrott, kultur och evenemang/arrangemang kan också självklart variera.

För att kvalificera sig för ett sponsoravtal med Finspångs kommun måste förening/evenemanget/arrangemanget enligt modellerna vara på någon av nivåerna 1-3 i båda delarna av modellen. Om man inte kvalificerar sig till någon av dessa nivåer så är man inte kvalificerad till sponsring. Procentsatsen från de olika delarna adderas sedan för att få fram totalbeloppet. Förslaget är att totalsumman för budget delas på de två olika delarna av modellen för att bedömningen ska bli så rättvis som möjligt. Nedan följer en beskrivning av modellens uppbyggnad.

Modell för idrottsföreningar:

Modellen baseras på två delar

- a) **Elitnivå**, dvs på vilken nivå bedrivs sporten
- b) **Marknadsvärde**, dvs hur ofta laget och därmed Finspång syns i media

Elitnivå % av budget

- | | |
|--------------------------------------|-----|
| 1. Nationell elit | 45% |
| 2. Regional elit högsta nivån | 30% |
| 3. Regional elit | 15% |

Marknadsvärde % av budget

- | | |
|--|-----|
| 1. Rikspress , regelbundet i riksmmedia | 45% |
| 2. Hög regional nivå , regelbundet i regionala media. | 30% |
| 3. Regional nivå , då och då i regionala media | 15% |

Vid en sponsringsbudget på 200 000 kr skulle alltså maxbeloppet för en förening bli 90 000 kr.

Modell för kulturföreningar:

Modellen baseras på två delar

- a) **Kulturnivå**, hur stor den potentiella målgruppen för kulturarbetet
- b) **Marknadsvärde**, hur mycket föreningen/kulturen och därmed Finspång syns media

<u>Kulturnivå</u>	<u>% av budget</u>
1. Nationell nivå	45%
2. Hög regional nivå	30%
3. Regional nivå	15%

<u>Marknadsvärde</u>	<u>% av budget</u>
1. Rikspress , regelbundet i riksmedia	45%
2. Hög regional nivå , regelbundet i regional media	30%
3. Regional nivå , då och då i regionala media	15%

Modell för evenemang/arrangemang:

Modellen baseras på två delar

- a) **Intressenivå**, vilket intresse och beräknad publik når evenemang/arrangemang
- b) **Marknadsvärde**, hur mycket evenemang/arrangemang och därmed Finspång syns media

<u>Intressenivå</u>	<u>% av budget</u>
1. Nationell nivå	45%
2. Hög regional nivå	30%
3. Regional nivå	15%

FFS	970.1
-----	-------

FB

<u>Marknadsvärde</u>	<u>% av budget</u>
----------------------	--------------------

- | | |
|---|-----|
| 1. Rikspress , intressant för riksmedia | 45% |
| 2. Hög regional nivå , stort intresse regelbundet i regionala media. | 30% |
| 3. Regional nivå , då och då i regionala media | 15% |