

Policy för sponsring i Finspångs kommun

Antagen av kommunfullmäktige 2009-05-27, § 155

Syfte med sponsring

Finspångs kommun och dess bolag kan sponsra ideella föreningar och arrangemang utöver de sedvanliga föreningsbidragen. Syftet med kommunens sponsring är att marknadsföra kommunen både inom och utanför kommungränsen. Sponsringen bygger på ett ekonomiskt samarbete som innebär att kommunen stödjer den andra parten med pengar eller tjänster mot omnämnande, reklamutrymme, att föreningar/medlemmar ställer upp för kommunen i viktiga sammanhang och/eller att föreningen utför vissa uppgifter.

Sponsringen är en marknadsföringshandling som ska rikta sig till kommunens invånare och företag, potentiella inflyttare och samt till befintliga och möjliga besökare i kommunen. Inriktningen av sponsringen ska styras av hur Finspångs kommun marknadsförs och hur kommunen ska profileras.

Finspångs kommun är en huvudsakligen skattefinansierad verksamhet med ett tydligt ansvar mot invånarna att skattemedlen används på ett ansvarsfullt sätt. Invånarna ska känna förtroende för att verksamheterna bedrivs på saklig, oberoende och neutral grund. I frågor som rör sponsring krävs en noggrann bedömning i varje enskilt fall.

De bedömningar som görs, de beslut som tas enligt denna policy samt inriktningen av sponsorsinsatserna ska styras av Finspångs kommuns vision:

”Finspång är den attraktiva kommunen i en spännande region, där vi skapar utveckling och livskvalité genom samverkan, öppenhet och nytänkande”

Typ av sponsring

Sponsring kan ske antingen med pengar eller i form av tillhandahållande av arbetsinsatser och/eller material/utrustning. Allt som kommunen ställer upp med ska dock värderas i kronor, så att det tydligt framgår vad man satsar. Detta gäller även eventuell reducering av hyra och extern marknadsföring samt personella insatser och direkt ekonomiskt stöd.

Sponsring kan ske av:

- idrottsföreningar
- kulturföreningar
- evenemang/arrangemang

Sponsringen ska inriktas på föreningar där marknadsföringen når eller kan väntas nå en så stor spridning som möjligt inom kommunen, nationellt och/eller internationellt. Sponsringen kan inriktas på föreningens löpande verksamhet och/eller speciellt(a) arrangemang som genomförs. Sponsringen bör i första hand inriktas på föreningar och organisationer som arrangerar tävlingar, sammankomster med deltagare både från kommunen, nationellt och/eller internationellt och där marknadsföringen kan nå en bred publik eller uppmärksamhet på annat sätt.

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.

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. Även här kan föreningens engagemang värderas.

Individuella idrotter omfattas också av denna policy och bedöms på samma sätt. Där måste dock sponsringen riktas mot föreningen och inte den individuella idrottaren.

Motprestationer

Föreningens motprestationer ska regleras i ett separat avtal som upprättas mellan förening och kommunen då föreningen bedömts vara berättigad till sponsring. Dessa motprestationer kan vara av olika karaktär. Finspångs kommun ska ha rätt till exponering på olika sätt men även kunna använda föreningarna i till olika aktiviteter till exempel inom skolundervisning (fri-luftsdagar och liknande arrangemang)

En förening som får sponsring av Finspångs kommun ska förutom detta också ha ett aktivt socialt engagemang. Föreningen ska ha policys som gäller för drogförebyggande arbete, jämställdhetsarbete samt arbete kring integration i föreningen och kommunen.

Utformning

All marknadsföring ska utformas enligt kommunens grafiska profilprogram och rådande marknadsföringsplan. Vi ska i dessa sammanhang inte vara främmande för att kommunicera andra saker än vårt kommunvapen och vårt varumärke. Då det ofta redan kommuniceras i föreningens eller klubbens namn. Vi ska istället kommunicera ett riktat starkt budskap med tydlig avsändare.

Ansökan

Ansökningsförfarandet ska vara sådant att en förening kan söka sponsring en gång per år. Då ska alla eventuella delar av föreningens verksamheter som kan bli aktuell för sponsring ingå det vill säga representationslag och eventuella evenemang. Föreningar som är uppdelade i sektioner ska göra en ansökan där huvudföreningen är avsändaren. Ansökningsdatum är sista april varje år.

Avtal

Ansökan om sponsring sker skriftligt. Avtal träffas som fastställer syfte/mål, avsedda effekter/resultat och de ekonomiska förutsättningarna.

Avtalen som skrivs med Finspångs kommun bör vara 3-åriga med utvecklingsmöjligheter för att stimulera långsiktigare mål för både föreningen och Finspångs kommun. Avtalet skrivs med separata mål för varje år som ska uppnås för ytterligare sponsring år två och tre.

Sponsring kan ske till ideell förening med max tre basbelopp per år och med max ett basbelopp per år för individers insatser. Sponsoravtal kan träffas för högst tre år åt gången. Automatisk förlängning utöver de tre åren får inte förekomma.

Uppföljning

Varje år ska förening som fått sponsring av Finspångs kommun avge en rapport till kommunstyrelsen om årets verksamhet som ska stämmas av mot avtalet. Beslutade större insatser ska följas upp för att bedöma effekterna av sponsringen. Finspångs kommun äger rätt att säga upp sponsoravtal om avtalade villkor inte uppfylls.

Återbetalning/Bryta sponsringssamarbete

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

Sponsoravtal kan sägas upp med omedelbar verkan om förening eller individ bryter mot lagar, regler eller avtal som antagits av Riksidrottsförbundet eller liknande.

Kommunen äger rätt att bryta sponsringssamarbete när sponsorn agerat etiskt tvivelaktigt eller varit delaktigt i oegentligheter. (Kf 2008-05-28, § 124)

Kommunen har tolkningsföreträde om vad som anses etiskt tvivelaktigt eller vad som anses som delaktighet i oegentligheter. (Kf 2008-05-28, § 124)

När kommunen sluter avtal om sponsring ska det ingå en bestämmelse som gör det möjligt för kommunen att bryta avtalet med omedelbar verkan. (Kf 2008-05-28, § 124)

Ansvar

Sponsring finansieras och beslutas av kommunstyrelsen och av respektive bolagsstyrelse. Kommunstyrelsen (och bolag) fastställer totalbelopp för sponsringen varje år. Sponsring ingår i kommunens marknadsföringsplan.

Handläggning

Finspångs kommun handlägger ärenden som sedan går till kommunstyrelsen där beslutet tas. För att bedömningen ska bli så rättvis som möjligt bör det finnas minst tre handläggare som kan bedöma ansökan. Detta för att undvika eventuella jävsituationer.

Kommunala bolag

Finspångs kommuns bolag är självständiga juridiska personer. Styrelserna i dessa har fullt ansvar för verksamheten. Styrelserna självständigt fattar beslut i frågor som rör sponsring.

Bolagen bör dock ta hänsyn till dessa riktlinjer i den egna verksamheten för att skapa gemensamma utgångspunkter för marknadsföringen
