



**VARBERGS
KOMMUN**

Policy för sponsring i Varbergs kommun

Dokumenttyp: Policy	Dokumentnamn: Policy för sponsring i Varbergs kommun	Diarienummer: KS 2015/0338
Beslutad av: Kommunfullmäktige	Beslutsdatum: 2016-03-15	Giltig till och med: Tillsvidare
Gäller för: Varbergs kommun	Dokumentansvarig avdelning: Kommunkansli	Senast reviderad:

Syfte med en sponsringspolicy

Uppdraget att ta fram ett övergripande och tydligt förhållningssätt för sponsring ska harmonisera med Varberg kommuns varumärkesplattform, grafiska profil och vision 2025, om att bli Västkustens kreativa mittpunkt.

All sponsring ska kännetecknas av affärsmässighet, lokal förankring, ha en klar koppling till kommunens eller det kommunala bolagets varumärkesprofil och innehålla en väl avvägd motprestation.

Varför sponsrar man?

Sponsring sker i syfte att ge nytta och värde till boende, besökare och näringsliv samt att stärka varumärket Varberg genom att förtydliga Varbergs profil och image.

Det sker genom att:

- Vårda relationen till befintliga kommuninnevånare/kunder och söka relationer till nya.
- Vårda relationen till befintliga företag och söka relationer till nya.
- Vårda relationen till besökare och ge förutsättningar för att attrahera hit fler.

- **Varumärkesplattform**

Sponsring ska ske i enlighet med framtagna varumärkesplattform. Visionen sammanfattas i texten "Västkustens kreativa mittpunkt", vilket för att lyckas kräver nytänkande, framåtanda, kunskap och mod. De kommunala bolagen har egna varumärken, men strävar efter fullmäktiges vision och uttryck.

- **Affärsmässighet**

Sponsring ska inte likställas med välgörenhet. Sponsring ges inte ut till motpart utan någon för Varbergs kommun eller dess bolag intressant och väl avvägd motprestation. Personliga intressen får aldrig styra val av sponsringsobjekt.

- **Lokal förankring**

Varbergs kommuns verksamhet är till största del inom det geografiska området Varberg. På samma sätt ska sponsring vara riktad till förmån för detta område och de boende i området.

- **Delad värdegrund**

Varbergs kommun gagnar enbart verksamheter som kommunen står bakom värdemässigt och som vi vill bli identifierade med. En relevant frågeställning i sponsringssammanhang är: "Kan denna sponsring på något sätt skada vår trovärdighet?". Om svaret är ja, ska vi avstå.

- **Framtidssträvan**

Sponsringsobjekt med tydligt fokus på förbättring av vår kommun och region och som visar potential för tillväxt kan framhållas som viktiga.

- **Motprestation**

Motprestationer som Varbergs kommun erbjuds bör uppfylla något/några av följande krav:

- Kommunen når ut med en tydlig och positiv profilering till en väl definierad målgrupp.
- Kommunen erbjuds aktiviteter som kommer kommuninnevanarna till godo.
- Sponsringsprojektet ger en positiv publicitet i media där kommunens engagemang, profil och budskap framträder tydligt, gärna exklusivt.
- Möjlighet att representera Varbergs kommun, sprida information och knyta kontakter i olika sammanhang.

Omvänd sponsring

Även ett omvänt förhållande kan bli aktuellt, det vill säga när t.ex. näringslivet eller en privatperson vill sponsra, eller ingå i ett representativt avtal, med den offentliga verksamheten och intar en finansiell roll. Det kan röra sig om företag eller privatperson som vill skänka medel eller produkter eller på annat sätt bistå det offentliga. Det är dock viktigt att säkerställa att sponsringen inte påverkar verksamheten.

Inom vissa verksamheter kan det vara önskvärt att söka sponsorer. Vid t.ex. investeringar och ombyggnationer kan det vara aktuellt att försöka få in sponsorer för att täcka en del av kostnaderna.

I dessa lägen ska samma ramverk gälla som ovan, det vill säga att:

- Sponsringen ska stärka Varbergs varumärke
- Affärsmässighet ska råda
- Sponsringen bör ha lokal förankring
- Sponsringen får inte på något sätt försätta kommunen eller dess företrädare i beroendeställning/jävssituation till något särskilt företag eller privatperson, utan ska genomföras utan förbindelser om otillåten motprestation. Bildexponering/medexponering av till exempel företagets logotyp är dock en tillåten motprestation.
- Sponsring får inte ha koppling till verksamhet som kan *ifrågasättas på rimliga grunder* eller till verksamhet som på annat sätt inte samspelar med kommunens profil. Exempel på olämplig koppling kan vara alkohol- tobaksproducerande företag eller till politiska föreningar. Vid osäkerhet kontaktas den centrala kommunikationsenheten.

Beslutanderätt och samordningsfunktion

Sponsringsinsatser beslutas av styrelsen/nämnden eller enligt delegeringsförteckning. Detsamma gäller när kommunen står som mottagare av sponsring. Sponsringsavtal överstigande ett basbelopp ska alltid upprättas skriftligt. Där ska framgå syfte, motprestation och omfattning i övrigt.

Kommunkansliet utgör samordningsfunktion i sponsorärenden av kommun/koncernövergripande karaktär. Denna funktion innebär kontroll av ekonomi, avtal och övrigt innehåll.

Definition av begreppet sponsring

Sponsor är definitionsmässigt den juridiska person eller privatperson som ekonomiskt stöder eller tillhandahåller tjänst för en annan verksamhet i utbyte mot annan tjänst. I idrottssammanhang är det vanligt att få som motprestation exponering, det vill säga reklam- och olika marknadsföringsvärden. Medfinansiering kan vara en form av sponsring under förutsättning att den uppfyller intentionerna i denna policy.

Sponsring ska inte likställas med bidrag, donationer eller välgörenhet. Hantering av sådana ärenden omfattas inte av denna policy.