



FÖRFATTNINGSSAMLING

2021-10-19

Riktlinjer för sponsring

Antagen av kommunstyrelsen, § 181, 2021-10-19,
diarienummer: KS/2021:245, ansvarig: kommunledningskontoret



Innehållsförteckning

1	Inledning	3
1.1	Syfte	3
1.2	Omfattning	3
1.3	Definition av sponsring	3
2	Grundläggande principer	3
3	Krav på sponsorer och sponsormottagare	3
4	Kommunen som mottagare av sponsorstöd	4
5	Kommunen som sponsor	4
6	Avtal	5
7	Uppföljning	5



1 Inledning

Sponsring är en affärsmässig metod för kommunikation, marknadsföring och försäljning. Det som kännetecknar sponsring är att två parter ingår ett samarbete som det är tänkt att båda ska tjäna på.

1.1 Syfte

Syftet med den här riktlinjen är att säkerställa att sponsring sker i linje med kommunens uppdrag och hanteras på ett sakligt och opartiskt sätt.

1.2 Omfattning

Den här riktlinjen innefattar när kommunen agerar såväl sponsor som sponsormottagare.

1.3 Definition av sponsring

Med sponsring menas ett affärsmässigt avtalsförhållande med ömsesidiga förpliktelser, där sponsorn tillhandahåller kontanta medel, varor eller tjänster och förväntar sig att i utbyte få någon form av exponering av sitt företagsnamn, varumärke eller andra förmåner.

Om det inte har avtalats någon motprestation så är det inte sponsring, utan fråga om gåva, bidrag eller donation.

2 Grundläggande principer

Ett sponsringssamarbete får inte stå i konflikt med kommunens övergripande styrdokument och inte förekomma i någon myndighetsutövande verksamhet. All sponsorverksamhet ska präglas av öppenhet och vara möjligt att offentligt granskas.

Medborgarna ska kunna känna förtroende för att kommunens verksamhet bedrivs på ett sakligt och opartiskt sätt. Därför är det viktigt att göra noggranna överväganden vid samtliga fall som rör sponsring.

Ett sponsringssamarbete får aldrig ge en sponsor inflytande över kommunala beslut.

Kommunala kärnverksamheter får inte finansieras genom sponsringsintäkter. Den här typen av intäkter är ett komplement till ordinarie budget och får endast finansiera aktiviteter utanför kärnverksamheten, som exempelvis evenemang eller enskilda projekt.

3 Krav på sponsorer och sponsormottagare

Sponsorsamarbeten ska aldrig ingås med politiska partier eller religiösa organisationer.



Vid bedömning av sponsorer och sponsormottagare ska det alltid beaktas att företaget/organisationen bedriver en ekonomiskt seriös verksamhet och inte har skatteskulder. Vidare ska verksamheten kunna accepteras av kommunen ur ett miljömässigt, etiskt och arbetsrättsligt perspektiv.

4 Kommunen som mottagare av sponsorstöd

När kommunen går in i avtal som mottagare av sponsorstöd ska insatsen stödja en planerad inriktning och bidra till att stärka bilden av kommunen. Värdet av det som sponsorn tillhandahåller ska överstiga kommunens kostnader för sponsringssamarbetet.

Avtalet reglerar vilka motprestationer som sponsorn förväntar sig. Den huvudsakliga motprestationen som kommunen kan ge en sponsor är den naturliga produktsynligheten som sponsorn uppnår genom att tillhandahålla en tjänst eller produkt. Därutöver kan kommunen även tillhandahålla exponering av sponsor genom att upplysa om att ett företag eller organisation sponsrar ett visst evenemang eller projekt.

När exponering av företags- eller organisationslogga sker i material som har kommunen som avsändare ska det tydligt framgå att detta avser sponsorinsats. Vid exponering av företagsnamn bakom sponsringen bör det inte finnas uppgifter om företagets produkter.

Sponsring i form av varor och tjänster får inte ske i strid med lagen om offentlig upphandling (2016:1145) eller kommunens övriga styrdokument.

5 Kommunen som sponsor

Sponsring ska användas som ett led i att förverkliga kommunens mål och bidra till att stärka dess varumärke. Sponsring kan vara kontanta medel, produkter och tjänster, som exempelvis personella resurser eller lokaler.

Det är av största vikt att val av sponsormottagare hanteras med försiktighet, så att sponsringen inte står i konflikt med kommunallagens (2017:725) bestämmelser om stöd till enskilda företag.

Motprestationen får inte bestå av någonting annat än det som bidrar till att stärka kommunens varumärke. Det kan handla om exponering av kommunens logga i tryckt eller digitalt medium, eller av andra logotyper som tagits fram inom kommunens verksamhet. Det kan även handla om att kommunen ges möjlighet att presentera kommunen eller den kommunala verksamheten.



6 Avtal

Kommunstyrelsen eller den nämnd som har ansvar för den verksamhet som ska ingå i ett sponsoravtal, beslutar om sponsorsamarbetet med tillhörande avtal ska godkännas. Inför beslut måste det tydligt framgå vad varje part ska prestera, samt vilka effekter som kommunen förväntas få av samarbetet.

Sponsoravtal ska alltid vara skriftliga och diarieföras på ett korrekt sätt i kommunens ärendehanteringssystem. Avtalet måste anpassas efter varje enskilt fall, men behöver innehålla en detaljerad beskrivning över vilken vara eller tjänster som den sponsrande parten ska tillhandahålla, samt vilken motprestation som förväntas.

Varje avtal bör innehålla följande:

- Namn, adresser och organisationsnummer.
- Kontaktpersoner.
- Syftet med sponsringen.
- Aktiviteten.
- Sponsorns åtaganden.
- Mottagarens åtaganden.
- Avtalstid.
- Redovisningskrav.
- Formerna för uppsägning av avtalet och om förutsättningarna förändras.
- Formerna för lösning av eventuell tvist om avtalets tillämpning.

7 Uppföljning

Varje sponsringssamarbete ska utvärderas årligen i samband med internkontrollrapporten till den instans som beslutat om sponsringssamarbetet. Denna återrapportering ska göra en utvärdering över vilka effekter sponsringssamarbetet har fått och om dessa överensstämmer med förväntningarna.

NYKVARNS KOMMUN
Besöksadress: Centrumvägen 24 A
Postadress: 155 80 Nykvarn
Telefon: 08-555 010 00
Fax: 08-555 014 99
www.nykvarn.se