

Riktlinjer för sponsring

Policy fastställd av kommunfullmäktige 2015-04-27, § 60, ändringar antagna av KF 2017-03-27, § 28. Riktlinjer antagna av KF 2020-06-15, § 80.

Syfte med sponsring

Syftet med sponsring är att stärka platsvarumärket Fagersta genom att synas i olika positiva sammanhang. Syftet är också att skapa fler mötesplatser och verka för ett brett utbud av kultur- och fritidsaktiviteter, som ett led i Vision 2030.

Definition av sponsring

Sponsring är ett avtal till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter. Sponsorn förbinder sig att lämna ersättning i form av pengar eller produkter. Som motprestation tillhandahåller mottagaren exponering av sponsorns namn, varumärke eller tjänster. Sponsring sker inte i form av personella resurser.

Marknadsföring och motprestation

All marknadsföring av kommunen ska ske med Fagerstas gemensamma platsvarumärke. En motprestation kan exempelvis vara att platsvarumärket finns på annonser, sociala medier eller skyltar. Det kan även vara aktiviteter som mottagaren genomför. Till exempel informera om idrott eller genomföra en konsert på ett äldreboende.

Avgränsningar

Den sponsrade ska bedriva samhällsnyttig verksamhet. Det ska vara positivt för kommunen att kopplas samman med den sponsrade och dess verksamhet. Fagersta kommun ska inte sponsra eller ta emot sponsorstöd från politiska partier eller religiösa organisationer. Inte heller organisationer som bedriver verksamhet som uppenbart skadar människor eller miljö. Kommunen sponsrar inte enskilda personer eller företag utan sponsringen riktar sig till föreningar eller specifika evenemang som anordnas.

Nivå på sponsringsbelopp

Nivån på sponsringsbeloppet bestäms utifrån syftet med evenemanget eller verksamheten, förväntad publik och uppmärksamhetsvärde. Hänsyn tas också till mottagarens arbete med jämställdhet. Gällande sponsoravtal över tid styrs nivån på sponsringsbeloppet av budgetanslaget för ändamålet.

Uppföljning

Vid sponsring av evenemang ska en uppföljning lämnas in senast sex månader efter genomförandet.

Kriterier för sponsring

1. Sponsringen ska riktas till en angiven verksamhet, evenemang eller aktivitet som den sponsrade genomför. Aktiviteterna och evenemangen ska vara publika och vända sig till allmänheten.
2. Sponsringen ska utgå från ett jämställdhetsperspektiv. Mottagaren ska beskriva hur sponsringen bidrar till ökad jämställdhet samt hur evenemanget eller verksamheten är tillgänglig för olika grupper av kvinnor och män, flickor och pojkar. Om det är en förening som söker ska styrdokument bifogas där föreningen påvisar ett systematiskt jämställdhetsarbete. Krav på utbildning kommer att ställas på den sponsrade.
3. Den sponsrade ska göra en motprestation i form av en aktiv marknadsföring och/eller en aktivitet för kommunens räkning.
4. Ansökan om sponsring ska göras via en e-tjänst på kommunens hemsida. Den sökande ska ta del av och godkänna kommunens villkor för sponsring enligt riktlinjerna.
5. Ansökan för en aktivitet ska lämnas in senast tre månader innan tiden för sponsringsaktiviteten. Ansökan om sponsring över tid ska lämnas in senast den 1 mars året innan avtalsperioden. Om detta inte uppfylls behandlas inte ansökan.

Uppgifter i ansökan

- Kontaktuppgifter samt kontonummer
- Budget för evenemanget eller aktiviteten
- Syftet med aktiviteten eller information om föreningen
- Förväntad publik och medialt intresse
- Beskrivning av mottagarens jämställdhetsarbete
- Sponsors och mottagarens åtagande
- Eventuella samarbetspartners
- Avtalstid

Ytterligare material kan komma att efterfrågas.

Beslut

Kommunstyrelsen beslutar om sponsring. För samarbete där beloppet understiger 30 000 kronor är beslutet delegerat till kommunstyrelsens arbetsutskott. Gällande avtal över tid beviljas detta ett år i taget, därefter gäller ny ansökan.

Om ett evenemang eller en aktivitet ställs in ska eventuell sponsring återbetalas. Detsamma gäller för föreningar eller organisationer som upphör med verksamhet under tiden för gällande sponsorkontrakt.
