

Riktlinjer för samarbete kring marknadsföring - sponsring

Bakgrund

Med sponsring avses ett ömsesidigt utbyte mellan två eller flera parter. Sponsringen kan ske kontant eller i naturaförmåner (vara, tjänst eller service) mellan parterna. För att sponsring ska vara tillåten för kommunen måste insatsen och motprestationen/förväntat resultat stå i rimlig proportion till varandra. Sponsring skiljer sig på så sätt från bidrag, gåvor och donationer.

Kommunal sponsring är en form av marknadsföring som innebär att kommunen ger stöd till en aktivitet som bedrivs av en annan aktör än kommunen. I utbyte får kommunen en motprestation, till exempel möjlighet att göra reklam eller PR i någon form, i samband med den sponsrade aktiviteten. Kommunens vinst med sponsringen är att vinna marknadsföringsmässig nytta och stärka varumärket Mark genom att kopplas samman med ett visst projekt eller aktivitet.

Syfte

Syftet med Marks kommuns riktlinjer för sponsring är att skapa en gemensam grund för kommunens samarbete kring marknadsföring. Genom sponsring ska kommunen:

- sätta Marks kommun på kartan; geografiskt, kulturellt, turistiskt och idrottsligt
- ha sikte på att direkt eller indirekt förbättra för medborgarna och näringslivet i Mark

Genom sponsring hoppas kommunen vinna marknadsföringsmässig nytta och stärka varumärket Mark genom att kopplas samman med ett visst projekt eller viss aktivitet.

Ansvar

Kommunstyrelsen ansvarar för och håller samman kommunens sponsring samt fattar beslut om sponsringsinsatser. Kommunstyrelsen anger år från år i sin budget hur mycket pengar som ska avsättas.

Villkor för att få sponsring

- Varje sponsringsförfrågan ska bedömas utifrån uppskattat värde för kommunen utifrån angivet syfte. Sponsringsbeloppet bör stå i rimlig proportion till vad kommunen får tillbaka i form av marknadsföring och PR.
- Sponsringssamarbetet ska präglas av öppenhet och kunna granskas av allmänheten utan risk för bristande tilltro.

Dokumenttyp Riktlinje	Fastställd av Kommunstyrelsen	Beslutsdatum 2021-03-03	Giltig till Tills vidare
Dokumentansvarig Kommunikationschef	Gäller för Marks kommun	Granskad/ reviderad	Diariennr. KS 2019-677 807

- Sponsringen ska inriktas på föreningar, organisationer eller enskild utövare med anknytning till Marks kommun.
- Sponsringen kan inriktas på löpande verksamhet och/eller specifikt arrangemang.
- Kommunen verkar i enlighet med objektivitetsprincipen, och sponsrar därför inte politiska eller religiösa organisationer/föreningar. Inte heller enskilda aktörer inom näringslivet kan komma i fråga för sponsring.
- När kommunen sponsrar en verksamhet ska den vara av sådan karaktär att det medför positiv image för kommunen.
- Den sponsrade verksamheten åtar sig att informera om detta genom sina kommunikationskanaler och i anslutning till de verksamheter sponsringen är till för.
- Den sponsrade verksamheten ska i övrigt följa de överenskommelser som fattats i och med det avtal som skrivs i samband med att beslut om sponsring fattas.

Avtal

Varje sponsring ska regleras genom ett skriftligt avtal mellan kommunen och mottagande part. Av avtalet ska åtagandet, motprestation och uppföljning framgå.