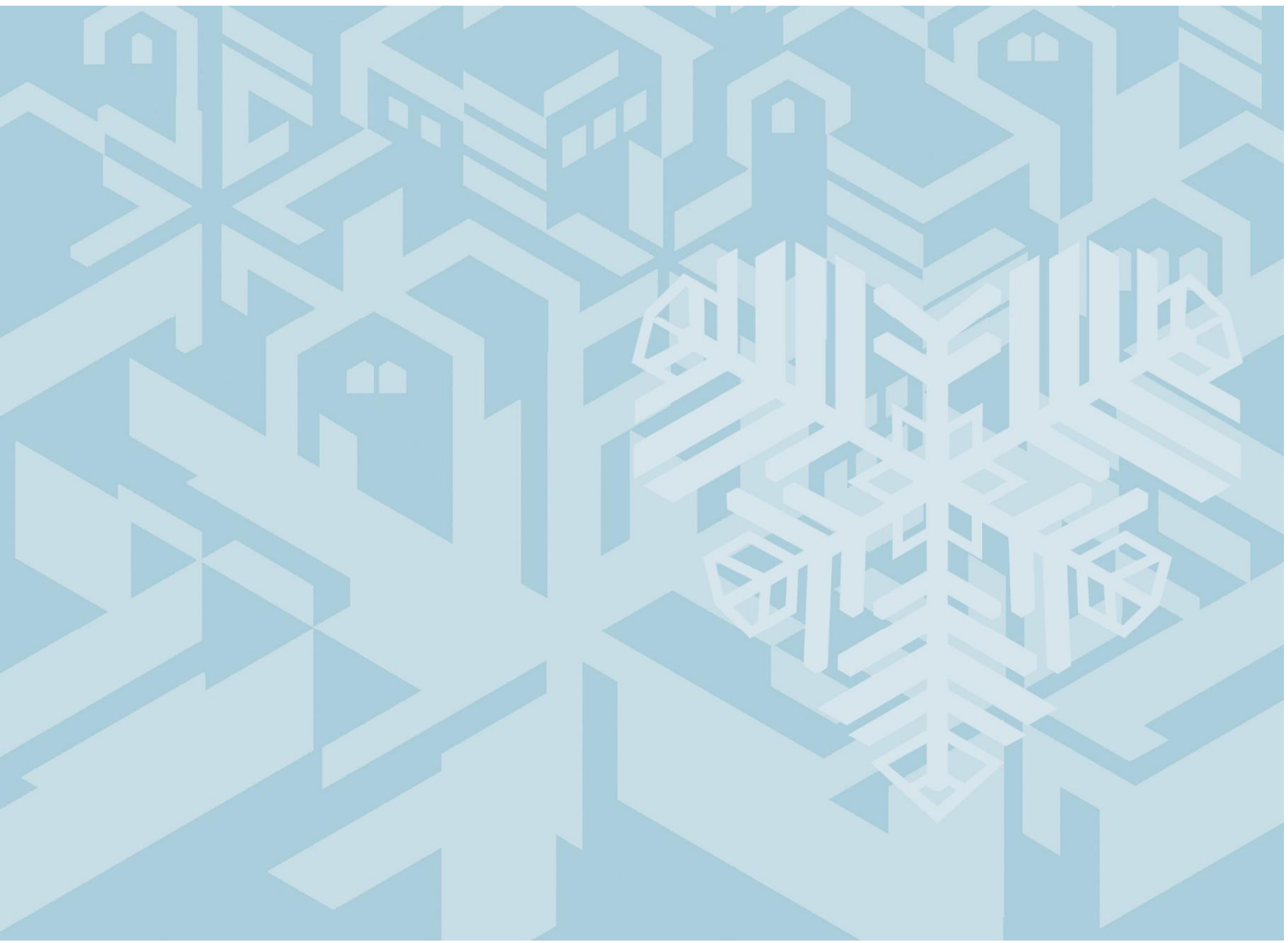





Program
Strategi
Policy
➤ Riktlinje

Riktlinjer för sponsring



	Dokumentnamn: Riktlinjer för sponsring	Fastställd av: Kommunstyrelsen 2018-09-11, §, dnr 573-2018	Gäller från: 2018-09-11
	Berörd verksamhet: Alla nämnder och förvaltningar	Dokumentansvarig: Kommunikationschef	Gäller till: 2020-12-31

Dessa riktlinjer reglerar kommunens sponsring av icke-kommunala organisationer. Syftet med sponsringen är att stärka platsvarumärket Östersund.

Definition

Sponsring är ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för två eller flera parter. Sponsring bygger på ett avtal där Östersunds kommun betalar för att få associeras i ett positivt sammanhang, exempelvis vid ett evenemang eller med en förening. Motprestationen ska vara i allmänhetens intresse och kan till exempel bestå av aktiviteter för att informera om Östersund, ett gott ambassadörskap, eller exponering av symbolen Östersundshjärtat. Det ska råda rimlig proportion mellan sponsringsbeloppet och motprestationen. Vilken motprestationen är ska tydligt framgå av ett skriftligt avtal, som ska upprättas om sponsringen överstiger 10 000 kronor. Sponsring ska inte förväxlas med bidrag, som inte ställer några krav på motprestation.

Syfte och mål

Sponsring är ett verktyg för profilering, det vill säga aktiviteter där Östersunds särdrag och kännetecken exponeras i syfte att påverka människors bild av platsen på ett positivt sätt. Utgångspunkten för all sponsring och profilering är tillväxtplanens mål om ett ökat antal invånare, studenter, företagsetableringar och besökare.

Bedömningsgrunder

Kommunen ingår sponsringssamarbeten med syfte att stärka varumärket Östersund. Nedanstående kriterier använder kommunen för att göra en värdering.

För att det ska vara aktuellt med ett sponsringssamarbete på 10 000 kronor eller mer ska den sponsrade parten vara intressant för omvärlden och följande kriterier måste uppfyllas:

- Den sponsrade parten ska vara synlig utanför länets gränser, genom till exempel nationella medier, föreläsningar eller tävlingar.
- Den sponsrade parten ska ha minst 1000 följare på ett enskilt socialt medium, till exempel Facebook eller Instagram.
- Om det avser sponsring av idrott ska också följande uppfyllas:
 - Idrottslag i seriespel ska spela i en nationell serie.
 - I individuella sporter ska idrottaren eller laget vara framgångsrikt genom att ha tagit pallplatser i nationella tävlingar under föregående säsong.

Om särskilda skäl föreligger kan kommunen i enskilda fall ingå sponsringsavtal överstigande 10 000 kronor även om ovanstående inte uppfylls.

Sökanden som inte uppfyller ovanstående krav, men är synliga och verksamma utanför länets gränser kan få ett sponsringsbelopp under 10 000 kronor.

Beslut om sponsringsbelopp tas utifrån hur omfattande följande punkter förväntas uppfyllas:

- Hur väl den sponsrade partens verksamhet stämmer överens med och förstärker varumärkesplattformen för platsen Östersund.
- Hur omfattande den positiva massmediala publiciteten kring den sponsrade parten och varumärket Östersund förväntas bli, framför allt utanför länet. I bedömningen prioriteras den synlighet som uppstår i Sverige och på marknader som är prioriterade av kommunens besöksnäring. Kommunen tar i beaktning att idrottsföreningar syns mer frekvent i media, tack vare seriespel eller tävlingar under säsong, jämfört med föreningar verksamma inom andra områden. Kommunen ser till publicitetens sammantagna värde och kvalitet, inte enbart kvantitet.
- Hur aktiv den sponsrade parten är på sociala medier och hur många följare denne har.
- Hur den sponsrade parten arbetar med värdegrund och mjuka/sociala frågor, vilket kan sprida en mer positiv bild av både den sponsrade parten och Östersund.
- Hur mycket den sponsrade parten gör för att marknadsföra sig själv och hur väl varumärket Östersund tydliggörs i samband med det.
- Hur stor betydelse sponsringsparten har för att skapa tillväxt genom avlönade arbetstillfällen eller rekrytering av studenter och andra inflyttare till kommunen.
- Hur stort antal deltagare och/eller besökare som förväntas i samband med den sponsrade partens aktiviteter, till exempel vid tävling, match, föreställning eller evenemang.

Även om en part som söker sponsring lever upp till samtliga ovanstående bedömningsgrunder, finns det ingen garanti att kommunen sponsrar vid en förfrågan. Möjlighet till och omfattning av sponsring kan påverkas av exempelvis återstående budget och andra aktuella förfrågningar.

Avgränsning

Den sponsrade parten ska på ett tydligt sätt associera till Östersund. Vi sponsrar inte verksamhet som kan vara kontroversiell, riskbetonad eller som har politiskt eller religiöst budskap. Inte heller verksamhet som kan uppfattas som omoralisk, oetisk eller förknippas med droger.

Ansvar

Denna riktlinje har beslutats av Kommunstyrelsen. Det är kommunens kommunikationschef som är dokumentansvarig och har ansvaret för att förvalta riktlinjen vilket innebär att säkerställa tillämpning samt uppföljning och eventuell revidering. Varje chef inom den verksamhet som berörs av riktlinjen ansvarar för att dess innehåll är känt bland medarbetarna.

Uppföljning

Riktlinjen följs upp årligen av dokumentansvarig som vid behov lyfter frågan till kommunstyrelsen.