

Senast reviderad: 2007-10-24  
Senast reviderad av: Fredrik Bordahl

## Styrande dokument

### **GÄLLANDE BESLUT: POLICY OM SPONSRING I VÄXJÖ KOMMUN**

Antaget av fullmäktige 2004-10-28 § 217

Datum att gälla från och med 2004-12-01

Senaste revidering i Dnr 2004:437

## Policy om sponsring i Växjö kommun

### 1. Inledning

I detta dokument formuleras riktlinjer för sponsring i Växjö kommun (kommunen). Med kommunen avses såväl dess egna verksamheter som kommunala bolag och stiftelser.

Kommunen har en skyldighet enligt grundlag och kommunallag att iaktta saklighet och opartiskhet i sin verksamhet. Av detta följer att kommunen inte genom sponsring får utsätta sig för sådan påverkan att objektiviteten kan ifrågasättas. Sponsring som kan leda till misstanke om muta får inte förekomma. Särskild försiktighet bör iakttas vid sponsring inom sådana områden där myndighetsutövning förekommer.

Avsikten med detta dokument är att tjäna som vägledning vid arbete med sponsring i kommunen. De olika nämnderna har sedan att anta egna närmare föreskrifter för hur sponsringen kan utformas i respektive nämnd.

### 2. Begreppet sponsring

Sponsring är ett samarbete till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter, där den ena parten (sponsorn) förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor och/eller tjänster och den andra parten (den sponsrade) som motprestation tillhandahåller till exempel exponering av företagsnamn, varumärke och/eller varor och tjänster till nytta för sponsorn i dennas verksamhet.

### 3. Vad är inte sponsring?

Det kan ibland vara svårt att avgöra vad som är att betrakta som sponsring och vad som faller utanför begreppet. Nedan följer exempel på åtgärder som inte är att betrakta som sponsring.

Lämnas ersättning från sponsorn utan krav på motprestation är det inte fråga om sponsring utan om **gåva**. Det utgör en motprestation, och därmed inte gåva, att upplysa om att viss givare bidragit med varor eller tjänster.

Om någon bidrar med kontanta medel och motprestationen består av varor eller tjänster utgör det inte sponsring utan **försäljning**.

Består motprestationen av upplysningar om företaget utan direkt samband med den skänkta varan är det **kommersiell marknadsföring** (försäljning av reklamplats) och därmed gäller marknadsföringslagens regler. Detsamma gäller om upplysningarna rör annat än vem som står bakom själva sponsringen.

### 4. Upphandling eller ej?

Samarbete om sponsring skall i vissa fall upphandlas enligt lagen om offentlig upphandling (LOU). Detta blir aktuellt då sponsorn bidrar med varor eller tjänster och i gengäld får varor, tjänster eller kontanta medel. Köp, leasing, hyra eller hyrköp omfattas av reglerna i LOU. Detsamma gäller om den upphandlande enheten förbinder sig att av sponsorn i framtiden införskaffa varor eller tjänster av sponsorn.

Om den sponsrade endast åtar sig att upplysa om att viss leverantör sponsrat med varor eller tjänster utgör det normalt sett inte ett upphandlingskontrakt.

Sponsring med endast kontanta medel kan aldrig omfattas av LOU.

#### 5. Avgränsning

Kommunen får inte genom sponsring utsätta sig för sådan påverkan att objektiviteten kan ifrågasättas.

Sponsringen får inte påverka eller inskränka det politiska handlingsutrymmet och får inte förknippas med villkor som påverkar verksamhetens mål, inriktning, omfattning och kvalitet.

Sponsorns bidrag skall vara komplement till ordinarie verksamhet och sponsormedel skall inte ingå i ordinarie budget.

Kommunen samarbetar endast med seriösa företag och organisationer som inte har skatteskulder och som följer god marknadsföringssed.

Kommunen får inte sponsra eller ta emot sponsorstöd från:

- politiska partier eller religiösa organisationer
- företag/organisationer som uppenbart skadar människor och/eller miljö
- företag som diskriminerar anställda och kunder eller anlitar barnarbetare

De företag och organisationer som kommunen har eller planerar att ha sponsorsarbete med skall på begäran kunna styrka att man uppfyller ovannämnda krav. Samarbete får avböjas eller avbrytas om kraven inte uppfylls.

Kommunen förbehåller sig även rätten att i varje enskilt fall avböja eller avbryta ett sponsorsarbete av etiska eller andra skäl än de som anges i punkterna ovan.

#### 6. Kommunen som mottagare av sponsorstöd

Kommunen får som motprestation vid sponsring upplåta utrymme för sponsorns logotyp, varumärke eller motsvarande kännetecken. Detta skall ske på ett diskret sätt och så att verksamheten inte uppfattas ha tagit ställning för sponsorn eller dennes produkter. Sponsorn får inte heller ta över eller ge intryck av att ha tagit över huvudansvaret för verksamheten.

Exponeringen får endast innehålla uppgift om vem som står bakom sponsringen och får endast ske i sammanhang som har med den skänkta varan eller tjänsten att göra.

Beslut om att sponsorstöd får tas emot eller inte fattas av förvaltningschef eller den person som respektive nämnd utser. Förvaltningschefen kan i sin tur uppdra åt en annan anställd att besluta i hans eller hennes ställe.

#### 7. Kommunen som sponsor

Sponsring kan ingå i kommunens totala marknadsföringsinsatser och skall bidra till att stärka kommunens anseende.

Motprestationen kan t ex bestå i exponering av kommunens logotyp.

Beslut om att lämna sponsorstöd fattas av förvaltningschef eller den person som respektive nämnd utser. Förvaltningschefen kan i sin tur uppdra åt en annan anställd att besluta i hans eller hennes ställe.

#### 8. Arbetsordning

Samarbete om sponsring skall regleras genom skriftligt avtal.

Ett avtal om sponsring skall innehålla:

- a. namn, adresser, organisationsnummer, kontaktpersoner på parterna
- b. sponsorns åtagande
- c. den sponsrades åtagande
- d. avtalstid
- e. syfte och mål med samarbetet
- f. förutsättningar och former för uppsägning av avtalet
- g. åtgärder vid avtalsbrott
- h. formen för lösning av eventuell tvist

Blankett för avtal finns på kommunens intranät.

Om upphandling skall ske eller inte skall bedömas i varje enskilt fall. Vid behov kan rådgivning i frågan lämnas av kommunens inköpsenhet.

Berörd personal skall informeras om att beslut om sponsring fattats.

En värdering av motprestation i förhållande till sponsorbidrag samt skall alltid göras innan avtal om sponsring tecknas. Vidare skall en målsättning med sponsringen sättas upp. Efter avslutat sponsorsamarbete skall utvärdering göras av resultat i relation till givna mål. Först efter genomförd utvärdering kan ett avtal om sponsring förlängas.