

# Sponsringspolicy för Växjö kommun

<b>Dokumenttyp</b> Styrande dokument	<b>Dokumentnamn</b> Sponsringspolicy för Växjö kommun	<b>Fastställd/Upprättad</b> Kommunfullmäktige § 124 2018-04-17	<b>Senast ändrad</b> Dnr KS/2012– 00841
<b>Dokumentansvarig</b> Kommunikationsenheten		<b>Tidigare ändringar</b> Antagen av fullmäktige 2004-10-28 § 217	<b>Giltighetstid</b> Tillsvidare
<b>Dokumentinformation</b> -			

## Sponsringspolicy

Policyns syfte är att skapa en kommungemensam syn på vilka föreningar som är sponsringsberättigade samt ge förutsättningar till likvärdiga bedömningar och villkor.

Policyn gäller för Växjö kommuns förvaltningar och omfattar:

- Samverkansavtal - sponsring till elitföreningar
- Exponering - köp av exponering

### Samverkansavtal - sponsring till elitföreningar

Sponsring sker endast till elit, dvs. föreningar med utövare eller lag på elitnivå respektive i den högsta serien/divisionen (eller, beroende på sport, näst högsta serien/divisionen) i syfte att marknadsföra Växjö kommun. Detta anges i ettåriga samverkansavtal där krav på motprestation tydliggörs, exempelvis ambassadörskap och exponering.

### *Bedömningsgrunder för likabehandling*

Ett grundkrav är att sponsring endast sker till elitföreningar som försvarar likvärdiga rättigheter, möjligheter och skyldigheter oavsett kön, ålder, funktionsnedsättning, etnicitet, religion eller annan trosuppfattning, sexuell läggning, könsöverskridande identitet eller uttryck.

Kriterier för likabehandling är ett stöd för bedömning av sponsring. Sponsring för dam- och herrlag som spelar i samma division i respektive serie ska vara lika. Kriterierna nedan är inte viktade, och en samlad bedömning görs:

- Elit - Är föreningen i den högsta serien/divisionen eller, beroende på sport, näst högsta serien/divisionen?
- Publik tillströmning - Genomsnittligt antal besökare på matcher eller tävlingar? Idrottens intresse och engagemang hos svenska folket enligt upplevelseinstitutets sportnavigator. Kan kompletteras med lokala mätningar om sådana finns.
- Synlighet och massmedial uppmärksamhet - Synlighet i lokal, regional och nationell media? Är serien/divisionen TV- eller webbsänd eller har annan motsvarande synlighet? Varumärkets synlighet och/eller spridning

Grundbeloppet för sponsring är 25 000 kronor. Utöver grundsponsringen baseras totalt belopp på en samlad bedömning av synlighet, publik tillströmning massmedial uppmärksamhet och likabehandling.

Föreningen ansöker om sponsring hos Växjö kommun och beslut fattas av kommunstyrelsen.

### Villkor

Om en förening agerar på ett sätt som strider mot principerna för ett öppet och demokratiskt samhälle eller ägnar sig åt någon form av diskriminering har Växjö kommun rätt att säga upp samverkansavtalet med omedelbar verkan.

Om föreningen inte betalar lagstadgade skatter eller på annat sätt inte uppfyller sina åtaganden enligt gällande lagstiftning äger Växjö kommun rätt att säga upp avtalet med omedelbar verkan.

### Uppföljning

Föreningar som har samverkansavtal ska rapportera exponering och ambassadörskap enligt avtal till Växjö kommun.