

Riktlinjer

Styrdokument

Riktlinjer för sponsring

Antaget av: Kommunfullmäktige

Datum: 2024-04-25

Gäller från och med: 2024-04-25

Ansvar uppföljning/uppdatering: Kommunchef

Gäller till och med: 2027



ULRICEHAMNS
KOMMUN

Våra styrdokument

[Normerande]

Vision - Överordnad, anger riktning för övriga dokument

Policy - Vår hållning, övergripande

Riktlinjer - Rekommenderade sätt att agera

Regler - Absoluta gränser och ska-krav

[Aktiverande]

Strategi - Avgörande vägval och strategiområden

Program - Avgörande vägval och programområden

Plan - Uppdrag, tidsram och ansvar

Innehåll

1	Bakgrund	4
2	Syfte	4
2.1	Ulricehamns kommun eller kommunala bolag är sponsor	4
2.2	Extern part är sponsor	4
3	Vad är sponsring?	5
4	Kriterier för sponsring	5
4.1	Beslut om sponsring	5
4.2	När Ulricehamns kommun genom förvaltning eller bolag är sponsor ..	5
4.3	När extern part är sponsor	6
4.4	Villkor för sponsring från extern part	6
4.5	Skriftliga avtal	6
4.6	Rapportering och uppföljning	7
4.7	Personalförmån	7

1 Bakgrund

Dessa kommunövergripande riktlinjer gäller för kommunen och de kommunala bolagens sponsringsarbete med externa aktörer. Syftet med riktlinjerna är att säkerställa att sponsring sker i linje med kommunens uppdrag och vision och att kommunens verksamhet bedrivs sakligt och opartiskt.

Sponsringen får inte påverka eller inskränka det politiska handlingsutrymmet eller förknippas med villkor som påverkar verksamhetens mål, inriktning, omfattning och kvalitet. Avgörande för om kommunen kan ta emot sponsring är vilka villkor som sponsringen är förknippad med. Villkoren får inte medföra ett beroendeförhållande till sponsorn.

Vid alla former av sponsring – såväl när Ulricehamns kommun sponsrar som när kommunen sponsras – ska gällande lagstiftning beaktas. Framför allt gäller detta kommunallagen (2017:725) samt lagen om offentlig upphandling (2016:1145), LOU. Beroende på vilken form av motprestation som ingår i sponsringsavtalet gäller LOU något olika.

2 Syfte

All sponsring ska kännetecknas av affärsmässighet, lokal förankring, ha en klar koppling till kommunens, eller det kommunala bolagets, varumärkesprofil och innehålla en väl avvägd motprestation.

2.1 Ulricehamns kommun eller kommunala bolag är sponsor

Syftet med sponsring av icke-kommunal verksamhet är att exponera kommunen i positiva sammanhang så att Ulricehamns varumärke stärks. Syftet är också att stärka kommunens föreningsverksamhet och de evenemang som arrangeras i kommunen. För bäst effekt av sponsringsinsatsen ska sponsringen vara långsiktig och mätas över tid.

2.2 Extern part är sponsor

Syftet med extern sponsring av kommunal verksamhet är att ge ett mervärde för verksamheten. Sponsringen kan göra det möjligt att genomföra projekt som annars inte skulle gå att genomföra. Sponsring av kommunal verksamhet ska syfta till att öka mervärdet för

kommuninvånarna eller på annat sätt förbättra nyttan för den kommunala verksamheten.

3 Vad är sponsring?

Begreppet sponsring avser ett avtal 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 exponering av företagsnamn, varumärke och tjänster som är till nytta för sponsorn i dennas verksamhet.

Sponsring kan definieras enligt följande: "Med sponsring förstås i regel att ett företag (sponsorn) lämnar ekonomiskt stöd till en verksamhet av idrottslig, kulturell eller annars allmännyttig natur."

Sponsring skiljer sig från föreningsbidrag, kulturstöd samt gåvor och donationer där krav på direkt motprestation saknas.

4 Kriterier för sponsring

4.1 Beslut om sponsring

Beslut om att sponsra en viss verksamhet eller ta emot sponsring av extern part tas av kommunstyrelsen respektive bolagsstyrelsen, eller av den som bolags- eller kommunstyrelsen delegerar detta till. Frågor av principiell beskaffenhet ska dock alltid beslutas av kommunfullmäktige.

4.2 När Ulricehamns kommun genom förvaltning eller bolag är sponsor

Sponsringen ska inriktas på föreningar, organisationer eller enskilda arrangemang med anknytning till Ulricehamns kommun. Eventuella sponsringsinsatser bestäms primärt utifrån hur stor målgrupp som nås med insatsen. Kommunen ska endast sponsra publika arrangemang som är tillgängliga för allmänheten.

Det ska tydligt framgå att Ulricehamns kommun eller dess bolag är sponsor eller samarbetspartner.

Sponsring kan ske av föreningar, organisationer och företag, men inte till privatpersoner eller evenemang av politisk eller religiös karaktär.

4.3 När extern part är sponsor

Ulricehamns kommun är i huvudsak en skattefinansierad organisation och därför är det viktigt att en eventuell extern sponsring inte på något sätt inkräktar på det politiska handlingsutrymmet eller att den är utformad på ett sådant sätt att den påverkar den kommunala verksamhetens mål. Extern sponsring ska fungera som ett komplement till ordinarie budgeterad verksamhet.

Sponsring får inte heller tillämpas på ett sådant sätt att kommunal kärnverksamhet blir eller riskerar att bli beroende av den.

4.4 Villkor för sponsring från extern part

Alla sponsorer som önskar sponsra kommunen ska bedömas efter följande kriterier:

- Sponsorns verksamhet ska drivas seriöst och uppvisa en sund ekonomi
- Sponsorns verksamhet ska vara förenlig med Ulricehamns kommuns vision
- Sponsorns verksamhet ska följa god marknadsföringssed

Sponsorstöd får inte tas emot från:

- Politiska partier eller religiösa organisationer
- Företag/organisationer som bedriver verksamhet som uppenbart skadar människor eller miljö exempelvis tobaks- eller alkoholtillverkning
- Företag/organisationer vars verksamhet kränker personer i strid mot diskrimineringslagen (2008:567) eller på annat sätt strider mot annan lagstiftning

4.5 Skriftliga avtal

Innan ett sponsoravtal tecknas ska frågor om oegentligheter och jäv utredas grundligt av ansvarig tjänsteperson. Denna utredning ska även beakta risken för eventuell negativ publicitet som kan skada förtroendet för kommunens verksamhet.

Ett avtal ska alltid upprättas mellan sponsringsgivaren och sponsringsmottagaren för att fastställa syfte, omfattning och parternas åtaganden gentemot varandra.

När kommunen är sponsringsgivare ska allt som kommunen bidrar med värderas i kronor så att det tydligt framkommer hur stort sponsringsåtagandet från kommunen är. Detta gäller all form av sponsring, till exempel ekonomiska bidrag (utöver föreningsbidrag och liknande), reducerad anläggningshyra eller marknadsföringsåtgärder där kommunen bidrar med personella resurser.

Avtalet ska innehålla följande:

- Namn, adresser och organisationsnummer
- Kontaktpersoner
- Syftet med sponsringen
- Aktiviteten
- Kommunens åtagande
- Mottagarens åtagande
- Avtalstid
- Formen för uppsägning av avtalet
- Formen för lösning av eventuell tvist om avtalets tillämpning

Ulricehamns kommun förbehåller sig rätten att i varje enskilt fall avböja eller avbryta ett sponsorsamarbete. Om ett arrangemang ställs in ska eventuell sponsring återbetalas. Detsamma gäller för föreningar eller organisationer som upphör med verksamhet under tiden för gällande sponsoravtal. För kommunala bolag är sponsring avdragsgillt, förutsatt att avtalet följer bestämmelser beskrivna av Skatteverket.

4.6 Rapportering och uppföljning

I avtalet ska det framgå hur utfallet av sponsringen ska utvärderas och återrapporteras mellan parterna.

4.7 Personalförmån

I det fall en motprestation lämnas i form av biljetter är detta att betrakta som en löneförmån om de delas ut till personalen. Förmånen ska beskattas och arbetsgivaravgifter betalas. Förmånen redovisas på den årliga kontrolluppgiften.