



Policy

För sponsring

Gäller från:
Gäller för:
Globalt mål:
Fastställd av:
Utarbetad av:
Version:
Dokumentansvarig förvaltning:

2023-11-01
Ljungby kommun
Mål 3 God Hälsa och välbefinnande
Faställd av Kommunfullmäktige
Näringslivschef
1.1
Kommunledningsförvaltningen

Ett utskrivet dokument är alltid en kopia, giltig version finns alltid på intranätet.



Innehållsförteckning

Inledning.....	3
Definitioner	3
Del 1 - När kommunen är sponsor	3
Syfte med sponsring.....	3
Kriterier för sponsring.....	3
Mångfald	3
Utformning.....	4
Avtal och ansvar.....	4
Omfattning	4
Del 2 - Sponsring av kommunal verksamhet.....	4
Utgångspunkt	4
Syfte.....	4
Kriterier.....	4
Avtal och ansvar.....	5



Inledning

Denna policy består av två delar. Del 1 avser då Ljungby kommun sponsrar förening, evenemang eller dylikt. Del 2 avser då extern part sponsrar kommunal verksamhet.

Definitioner

Sponsring är ett samarbete där en part stöder en annan part med pengar, varor eller tjänster mot någon form av motprestation, t ex att bli omnämnda och därmed uppnå ökad försäljning eller good-will.

Reklam är en del av ett företag eller organisations marknadsföring. Reklamens syfte är att nå ut med ett budskap om en produkt eller tjänst för att så många som möjligt ska köpa den eller att skapa goodwill för organisationen eller företaget eller dess tjänster.

Gåva är en ensidig rättshandling utan motprestation.

Del 1 – När kommunen är sponsor

Syfte med sponsring

Syftet med kommunens sponsring är att marknadsföra kommunen och göra kommunen känd både inom och utanför kommungränsen.

Kriterier för sponsring

Sponsringen ska inriktas på föreningar, organisationer eller enskild utövare med anknytning till Ljungby kommun som bidrar till en positiv och väl synlig marknadsföring av kommunen.

Sponsringen kan inriktas på löpande verksamhet och/eller specifikt arrangemang.

Sponsorvärdet bedöms efter hur många och vilken bredd marknadsföringen förväntas nå. Ju fler som nås, desto högre värde har sponsringen för kommunen. Vid till exempel sponsring av idrottsföreningar som deltar i seriesystem bör nivån i seriesystemet och graden av exponering beaktas vid beslutet. Sponsorinsatser vid evenemang bestäms utifrån hur stor målgrupp som nås med marknadsföringen, förväntad och faktisk publik tillströmning, uppmärksamhetsvärde och massmedial bevakning.

Ljungby kommun sponsrar inte affärsdrivande, politiska eller religiösa organisationer/föreningar.

Allt som kommunen ställer upp med ska värderas i kronor så att det tydligt framgår vad kommunen satsar. Detta gäller såväl eventuell reducering av anläggningshyra och extern marknadsföring som personella insatser och direkt ekonomisk sponsring.

Mångfald

Kommunens sponsring ska utgå från ett mångfaldsperspektiv utifrån diskrimineringsgrunderna (som är kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning eller ålder). Sponsringen ska därför ske så att den aktivt främjar mångfalden i samhället. Alla arrangemang, evenemang och föreningar som får sponsring av Ljungby kommun ska stödja och vara en del av Kompiskortet.

Kompiskortet är för personer som har en funktionsnedsättning. Kortet innebär att personen som har Kompiskort betalar som vanligt men medföljande kompis är med gratis. Det kan vara entré, träningsavgift, medlemskap och biljetter. Kortet är personligt och gäller hos de arrangörer som har anslutit sig och/eller de föreningar/arrangemang som Ljungby kommun sponsrar.

Utformning

För att kommunen ska uppnå största möjliga effekt av sin insats samordnas kommunens sponsoråtagande av sponsergruppen som består av näringslivschef, kommunikationschef och förvaltningschef för kultur- och fritidsförvaltningen. All marknadsföring ska utformas enligt kommunens grafiska profilprogram.

Avtal och ansvar

Varje sponsring ska regleras genom ett skriftligt avtal mellan Ljungby kommun och motparten där åtagandet, motprestation och uppföljning klart redogörs.

Kommunstyrelsen beslutar om sponsring och har möjlighet att delegera beslutanderätten genom delegationsordning för kommunstyrelsen.

Omfattning

Dessa riktlinjer gäller för samtliga verksamheter och nämnder i Ljungby kommun. Kommunala bolag och stiftelser är självständiga juridiska personer. Styrelserna i dessa har fullt ansvar för verksamheten och fattar självständigt beslut i frågor som rör sponsring.

Del 2 – Sponsring av kommunal verksamhet

Utgångspunkt

Grundregeln är att Ljungby kommuns verksamhet ska vara fri från reklam eller sponsring. Ljungby kommuns verksamhet ska huvudsakligen finansieras med skatter. Finansiering av verksamhet med hjälp av sponsormedel får därför endast vara ett mindre komplement till samhällets finansiering. Om sponsring, gåvor eller reklam förekommer får det inte innebära att verksamheten hamnar i någon som helst beroendeställning till avsändaren.

Medborgarna ska kunna känna fullt förtroende för att alla våra verksamheter bedrivs på saklig, oberoende och neutral grund. I de frågor som rör sponsring krävs därför en noggrann bedömning i varje enskilt fall.

Syfte

Syftet med att låta någon annan sponsra aktiviteter som bedrivs av Ljungby kommun kan till exempel vara att reducera kommunens kostnad för en viss aktivitet eller att kunna genomföra specifika satsningar tillsammans med extern aktör.

Kriterier

Ingen av kommunens lagstadgade verksamheter får bli beroende av stöd (sponsring eller gåva) så att det påverkar verksamhetens inriktning. Kommunen kan till exempel inte ta emot stöd från sponsorer till den löpande driften av någon lagstadgad verksamhet. Däremot kan kommunen ta emot sponsorstöd för arrangemang, projekt av mer tillfällig art, för icke obligatorisk verksamhet och som beskrivs i dokumentet "Sponsring i skolan, vägledning för utarbetande av lokal policy för



sponsring” som Konsumentverket, Skolverket och Svenska Kommunförbundet tog fram i mars 2004.

När kommunen tar ställning till sponsringsstöd bör följande frågor särskilt beaktas:

- Hamnar verksamheten i en beroenderelation genom sponsringen?
- Hur påverkas kommunens trovärdighet och integritet?
- Vilka markandsföringseffekter kan företaget tänkas vilja få ut av sponsringen idag och på lång sikt? Kan kommunen medverka i företagets marknadsföring under de förutsättningarna?

Avtal och ansvar

All sponsring ska ske öppet och dokumenteras i ett skriftligt avtal där sponsorns stöd och kommunens motprestation preciseras till innehåll och varaktighet. Redovisning av tecknade avtal görs till respektive nämnd en gång per år.

Sponsringen får inte:

- Utformas så att det kan finnas minsta misstanke om att en kommunal verksamhet eller anställd låter sig påverkas eller är beroende av någon leverantör, entreprenör eller liknande.
- Syfta till att påverka brukarna av kommunens tjänster, anhöriga, besökare eller personal i någon riktning.

Kommunala verksamheter får inte låta sig sponsras av företag som bedriver verksamhet eller säljer produkter/tjänster som motverkar kommunens mål och intentioner eller som inte är förenliga med vetenskap och beprövad erfarenhet.