

Riktlinjer för sponsring avseende kommunal och extern verksamhet

Antagna av kommunfullmäktige 2014-10-28 § 171
Diarienummer 2014-000303

Riktlinjer för sponsring

Allmänt

Definition

Med sponsring avses ett affärsmässigt avtalsförhållande med ömsesidiga förpliktelser, där sponsorn tillhandahåller kontanta medel, varor eller tjänster och förväntar sig att i utbyte få någon form av exponering av sitt företagsnamn, varumärke eller andra förmåner.

Har inga krav på motprestation avtalats är det inte sponsring utan fråga om gåva, bidrag eller donation.

Sponsring kan gå i två riktningar, dels kan en extern aktör sponsra Laholms kommunala verksamhet, dels kan Laholms kommun sponsra en extern aktör. Dessa riktlinjer reglerar båda typerna av sponsring.

Syfte med riktlinjerna

Syftet med riktlinjerna för sponsring att underlätta handläggning av sponsringsansökningar eller förfaranden då kommunens verksamheter sponsras.

Kommunens sponsring

I det fall kommunen ska sponsra annan verksamhet ska detta företrädesvis riktas till organisationer som bedriver samhällsnyttig verksamhet eller specifika evenemang/arrangemang. Sådana aktiviteter ska vara publika och vända sig till allmänheten. Den sponsrade ska göra en motprestation i form av en aktiv marknadsförings- och/eller informationsinsats för kommunens räkning. Sponsring ska dock ske restriktivt och efter noggrant övervägande.

För kommunen ska det vara positivt att kopplas samman med den sponsrade och den verksamhet, aktivitet eller evenemang som sponsringen avser. På så sätt ska kommunen exponeras och bli marknadsförd på ett positivt sätt och därigenom stärka sitt varumärke.

Syftet är också att utifrån den sponsrades perspektiv ge möjlighet att utveckla och förbättra den verksamhet som denne bedriver.

Varje sponsring ska bedömas utifrån uppskattat värde. Insatsen som kommunen utger bör stå i rimlig proportion till vad kommunen får tillbaka i form av marknadsföring eller andra värden. Kommunens olika verksamheter ska samordna sina sponsringsinsatser för att uppnå största möjliga effekt.

Kommunen som mottagare av sponsring

Allmänt

Kommunen kan under vissa förutsättningar ta emot sponsringsmedel för att finansiera investeringar som kommer samtliga i berörd verksamhet till nytta, särskilda projekt eller evenemang. Den ska dock ses som ett mindre komplement till den offentligt finansierade verksamheten och inte omfatta verksamhetens baskostnader.

Avgörande för om kommunen kan ta emot sponsring är vilka villkor som sponsringen är förknippad med. Villkoren får inte medföra ett beroendeförhållande till sponsorn eller att kommunen i övrigt riskerar att förlora trovärdighet eller integritet. Sponsring får under inga omständigheter påverka eller inskränka det politiska handlingsutrymmet. Vidare får sponsringen inte innehålla villkor som påverkar verksamhetens mål, inriktning, omfattning och kvalitet eller leda till inslag i verksamheten som inte är kompetensenliga.

Kommunens motprestation

Motprestation kan vara exponering av företagets/organisationens namn. Därutöver kan kommunen upplysa om att ett företag eller organisation sponsrar ett visst evenemang/projekt.

Om kommunen som motprestation upplåter utrymme för sponsorns logotype eller annat varumärke, ska det ske så att verksamheten inte uppfattas ha tagit ställning för sponsorn eller dennes produkter. Exponeringen får endast ske i sammanhang som har med den sponsrade varan eller tjänsten att göra. Vidare får inte sponsorns logotype/varumärke tillåtas dominera eller ta över kommunens huvudansvar för verksamheten. I de fall exponering av sponsorn sker i material som har kommunen som avsändare ska tydligt anges att detta avser en sponsorinsats.

Bedömning av sponsorer

Sponsoravtal ska inte ingås med företag eller organisationer med etiska värderingar som inte överensstämmer med kommunens uppgifter eller mål.

Vid bedömning av sponsorn ska även beaktas om denne driver sin verksamhet ansvarsfullt och följer god marknadsföringssed. Kommunen ska även försäkra sig om att sponsorn fullgjort sina skyldigheter att betala skatter och sociala avgifter.

Kommunen bör därför noggrant sätta sig in i den eventuella sponsorns affärsidé, verksamhet, företagskontakter etc. för att bilda sig en uppfattning om lämpligheten av ett sponsorsamarbete.

Avtal

Varje sponsring ska regleras genom ett skriftligt avtal där sponsorns stöd och kommuns motprestation preciseras. Avtalet bör vidare reglera vid vilken tidpunkt sponsormedlen respektive motprestationerna ska lämnas. Om sponsringsavtalet gäller mer än ett enskilt evenemang eller en särskild insats bör avtalet innehålla uppgift om avtalets löptid och under vilka förutsättningar det kan sägas upp eller förlängas.

Avtalet bör också föreskriva vad som ska gälla om ett sponsrat projekt eller evenemang inte blir av eller om andra förhållanden som sponsringen baseras på förändras.

Om sponsorn får möjlighet att hänvisa till sponsringssamarbete i sin egen marknadsföring gentemot tredje part ska detta ha reglerats i avtalet mellan parterna.

Sponsringsavtalet bör inte innehålla någon klausul där kommunen erbjuder företaget exklusivitet, dvs. att kommunen förbinder sig att inte ingå sponsringsavtal med konkurrenter till företaget eller motsvarande.

Beslut

Respektive nämnd fattar beslut om mottagande av sponsring. Om nämnden delegerar beslutsrätten ska detta framgå av nämndens delegationsordning.

Fakturering och moms

Med utgångspunkt från sponsringsavtalet fakturerar kommunen sina tillhandahållanden. Enligt mervärdesskattelagen är det fråga om omsättning om en vara eller tjänst lämnas mot ersättning och är då inte undantagen från skatteplikt. I sådana fall ska således moms läggas på det överenskomna beloppet. Om ersättningen inte är knutet till någon motprestation från kommunen är det i stället fråga om gåva eller bidrag är då inte skattepliktigt. Alternativt kan en viss del av ersättningen avse sponsring och en annan del bidrag. Detta måste då klargöras i avtalet.