



ÖREBRO

Sponsringspolicy för Örebro kommun

Antagen av kommunfullmäktige den 24 oktober 2007.

Utgångspunkt

Med syftet att exponera och sprida kunskap om Örebro kommun kan kommunen delta genom värdskap, sponsring eller som arrangör/medarrangör. Kommunens engagemang ska ske i sammanhang där varumärket Örebro kommun stärks.

Uppdraget definieras alltid utifrån medborgarens krav på vad den offentliga sektorn ska utföra och begränsas av medborgarens vilja att avstå från sina inkomster till den gemensamma offentliga sektorn genom skatter.

Örebro kommuns deltagande i olika evenemang/aktiviteter kan definieras enligt följande:

- **Sponsring:** Ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för sponsorn och den sponsrade föreningen/organisationen. Det sponsrade aktiviteten/evenemanget ska vända sig till allmänheten.
- **Värdskap:** Innebär en aktiv representation där representant (politiker eller tjänsteman) från Örebro kommun deltar som värd för hela eller delar av arrangemanget som vänder sig till en begränsad grupp.
- **Arrangör/medarrangör:** Örebro kommun håller i hela eller delar av utformningen av programmet.

I de frågor som rör sponsring krävs en noggrann bedömning i varje enskilt fall för att se till att sponsring sker i sammanhang som stödjer kommunens uppdrag.

Typ av sponsring

Sponsring sker i form av pengar, inte i form av personella resurser. Sponsringen är ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för sponsorn och den sponsrade föreningen/organisationen.

Som motprestation ska Örebro kommun finnas med på reklamutrymmen av olika slag (ex. annonser, affischer, programblad, kläder, skyltar) eller på annat sätt omnämnas.

Sponsringsobjekt

Sponsring kan ske av:

- idrottsföreningar
- kulturföreningar
- organisationer
- evenemang
- företagsarrangemang

Kriterier

Aktiviteterna/evenemangen ska vara publika och vända sig till allmänheten. Sponsorsinsatser bestäms utifrån:

- hur stor målgrupp som nås med marknadsföringen
- förväntad eller faktisk publik tillströmning till evenemanget
- uppmärksamhetsvärde
- förväntat massmedialt intresse
- massmedial bevakning

Kommunens sponsring ska utgå från ett jämställdhetsperspektiv mellan kvinnor och män. Sponsringen ska därför ske så att den aktivt främjar jämställdheten i samhället.

Speciella krav

Utformning

All marknadsföring enligt denna policy ska utformas enligt kommunens grafiska profil.

Skriftliga avtal

För att tydliggöra syfte och omfattning för alla parter ska avtal alltid skrivas.

Omfattning

Avtalen ska inte omfatta mer än ett år i sänder eller ett evenemang åt gången.

Sista ansökningsdatum

Ansökan om sponsring ska i möjligaste mån vara inne hos kommunen vid de datum som kommunen fastslagit.

Återbetalning

Om ett evenemang eller arrangemang ställs in ska eventuell utbetald sponsring återbetalas. Samma gäller även för föreningar och organisationer som upphör med sin verksamhet under pågående avtalsperiod.

Utvärdering/uppföljning

Varje sponsringsevenemang ska utvärderas utifrån vilken uppmärksamhet det har fått när det gäller antal besök, ekonomiskt resultat samt medial bevakning.

Ansvar

Kommunstyrelsen är, genom uppdrag till Stadskansliet, eller Fritids- och turistnämnden ansvarig för kommunens sponsring.

Undantag

Kommunala bolag och stiftelser är självständiga juridiska personer. Styrelserna i dessa har fullt ansvar för verksamheten och fattar även beslut i frågor som rör sponsring. Bolagen och stiftelserna bör dock i tillämpliga delar beakta denna policy i den egna verksamheten för att skapa gemensamma utgångspunkter för marknadsföringen.