

Riktlinjer för sponsring

Beslutade av kommunstyrelsen den 8 februari 2012, § 21.

Handläggare
Eva Sterte
Per Davidsson

Datum
2012-02-08

Diarienummer
KSN-2011-0357

Riktlinjer för sponsring

Innehåll:

1. Inledning
- 2 Allmänt
- 3 Krav på sponsorer och sponsormottagare
- 4 Handläggningsordning
- 5 Kommunen som mottagare av sponsorstöd
- 6 Kommunen som sponsor
- 7 Sponsring eller samverkan
- 8 Uppföljning

1 Inledning

Dessa kommunövergripande riktlinjer gäller kommunens (inkl bolagen) sponsringssamarbete med externa aktörer.

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.

Kommunens nämnder och styrelser kan anta riktlinjer för särskilda verksamheter som kompletterar dessa. Ett exempel på detta är Vård & bildnings riktlinjer för sponsring av skolverksamhet.

2 Allmänt

Sponsringssamarbete får inte stå i konflikt med kommunens övergripande styrdokument och får inte heller förekomma i myndighetsutövande verksamhet. All sponsorverksamhet ska präglas av öppenhet och offentligt kunna granskas.

Alla ska kunna känna förtroende för att kommunens verksamhet bedrivs sakligt och opartiskt. Därför ska noggranna överväganden alltid göras i samtliga fall som rör sponsring. Ett sponsorsamarbete får inte ge en sponsor inflytande över kommunala beslut.

Sponsringsavtal får inte tecknas som innebär att en sponsor får exklusiv rätt att leverera varor eller tjänster till kommunen i andra sammanhang än inom ramen för det aktuella avtalet. En sponsor ska inte heller i samband med sponsring göra reklam för sina produkter och tjänster.

3 Krav på sponsorer och sponsormottagare

Vid bedömning av sponsorer och sponsormottagare ska beaktas att företaget/organisationen bedriver en ekonomiskt seriös verksamhet och inte har skatteskulder. Vidare att verksamheten kan accepteras av kommunen ur miljömässig, etisk och arbetsrättslig synpunkt.

Sponsorsamarbete ska inte ingås med politiska partier eller religiösa organisationer

4 Handläggningsordning

Sponsoravtal ska alltid vara skriftliga och tecknas av delegat eller av verksamhetsansvarig efter att ha hört kommunledningskontorets juridiska enhet.

Avtalen ska innehålla vissa uppgifter, se underlag i **bilaga 1**.

Ett sponsoravtal är en allmän handling och ska diarieföras. De delar av avtalet som omfattas av sekretess enligt offentlighets- och sekretesslagen (2009:400) ska dock kunna sekretessbeläggas.

Ingångna sponsoravtal och samsamarbetsavtal ska kunna härledas och redovisas vid behov genom att i diariets dokumentrubrik söka på ordet sponsor eller samsamarbetsavtal.

5 Kommunen som mottagare av sponsorstöd

När kommunen går in i avtal som mottagare av sponsorstöd ska insatsen stödja en planerad inriktning och bidra till att stärka bilden av kommunen. Sponsringen ska företrädesvis ske i form av varor och tjänster. Värdet av det som sponsorn tillhandahåller ska överstiga kommunens kostnader för sponsringssamarbetet.

I avtalet regleras vilka motprestationer som sponsorn förväntar sig. De kan variera från fall till fall utifrån vad som uppfattas ha ett värde för en sponsor i en viss situation. Den huvudsakliga motprestationen som kommunen kan ge en sponsor är den naturliga produktsynlighet som sponsorn uppnår genom att tillhandahålla en tjänst eller produkt. Därutöver kan kommunen tillhandahålla exponering av sponsor genom att upplysa om att ett företag eller organisation sponsrar ett visst evenemang/projekt.

Exempel på sponsring kan vara bidrag till ett särskilt projekt, ett evenemang, till ett seminarium, till skyltar, till iordningsställande av planteringar, annonsutrymme i tidning, arrangemang för gamla eller elever, tillhandahållande av kompetens för specifikt uppdrag,

I de fall exponering av företags- eller organisationslogo sker i material som har kommunen som avsändare ska tydligt anges att detta avser sponsorinsats. Vid exponering av företagsnamn bakom sponsringen bör det inte finnas uppgifter om företagets produkter. Då kan exponeringen av sponsorn anses vara kommersiell marknadsföring och blir inte avdragsgill.

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

Sponsring i form av varor och tjänster får inte ske i strid med lagen om offentlig upphandling (2007:1091) eller kommunens upphandlingspolicy.

Mottagande av varor eller tjänster från sponsorer är intäkter och ska redovisas enligt gällande principer.

6 Kommunen som sponsor

Sponsring ska vara ett led i att förverkliga kommunens målsättningar och bidra till att stärka dess varumärke. Sponsring kan ske i form av kontanta medel, tjänster (personella resurser, tillhandahållande av lokaler etc) och produkter. Försiktighet är påkallad när det gäller val av sponsormottagare så att handlingen inte är i konflikt med kommunallagens bestämmelser om stöd till enskilt företag.

Motprestationen får inte bestå av något annat än det som bidrar till att stärka kommunens varumärke. Motprestationen kan bestå i exponering av kommunens logo i tryckt eller digital medium eller andra logotyper som tagits fram inom kommunens verksamhet. Andra exempel på motprestation är att kommunen på något sätt (föredrag, evenemang, utställningar, seminarier m.m.) ges möjlighet att presentera kommunen eller kommunorganisationens verksamhet.

7 Sponsring eller samverkan?

Det förekommer att kommunen deltar i olika former av samverkansprojekt tillsammans med företag, organisationer eller andra parter. Med samverkansprojekt avses i detta sammanhang att flera parter som har ett gemensamt intresse av en fråga tillsammans genomför ett projekt tex en konferens, seminarium eller liknande.

Under förutsättning att alla parter bidrar till projektet och att det inte är fråga om att någon part får en motprestation i form av pengar, varor eller tjänster tex i form av reklam, ifrån någon av de andra parterna, rör det sig inte om sponsring.

I vissa situationer kan det vara svårt att avgöra om det finns anslag av sponsring. Det avgörande för bedömningen bör vara om någon av de parter som bidrar till projektet kan sägas få en motprestation av någon av de övriga parterna.

I en situation där myndigheten utåt står som huvudansvarig och de övriga parterna bidrar genom att delvis finansiera projektet, kan det i vissa situationer vara att bedöma som att övriga parter får en motprestation i form av reklam och att en sponsringssituation därmed föreligger.

Bedömningen av om en motprestation lämnas är till stor del beroende av hur projektet marknadsförs utåt. Om parterna gör tydligt att evenemanget är ett samverkansprojekt mellan flera parter och dessa gemensamt står för administration och finansiering torde det normalt inte vara fråga om sponsring.

8 Uppföljning

Kommunen ska följa upp att av kommunen avtalade erbjudanden verkligen levereras till sponsor. Om motprestation inte levererats kan sponsor ur skattehänseende få hantera sponsringen som en icke avdragsgill gåva.

Avtalande part inom kommunen ansvarar för att sponsringens effekt utvärderas tillsammans med sponsor.

Bilaga

1. Underlag till sponsoravtal
2. Regelverk

AVTAL OM SPONSRING - underlag

Under avsnitten i avtalet ges förslag på skrivningar. Skrivningarna i avtalet måste dock givetvis anpassas till det enskilda fallet.

1 Avtalsparter

Uppsala kommun, 212000-3005
753 75 Uppsala

Sponsor (organisationsnummer)

(nedan kallad Sponsorn)

Adress

Postadress

2 Bakgrund

I detta avsnitt ska en beskrivning ges av det som sponsringsavtalet avser och vad det har för syfte.

3 Avtalsperiod

Avtalsperioden måste bestämmas utifrån behovet i varje enskilt fall. Om det finns avtalsvillkor som gäller även efter evenemanget har avslutats bör avtalet gälla fram till dess att alla åtaganden som regleras i avtalet, utom vad gäller sekretess (se punkten x nedan), är avslutade.

Detta avtal gäller från och med att det undertecknats av båda parter till och med (dag månad år) och upphör att gälla utan föregående uppsägning.

4 Sponsorns åtagande

Avsnittet ska innehålla en detaljerad beskrivning av vilken vara eller tjänst som sponsorn ska tillhandahålla kommunen. Beroende på vad avtalet avser bör följande punkter regleras.

1. *Specifikation av varan eller tjänsten*
2. *Mängd eller omfattning*
3. *Leveranstidpunkt / utförandetidpunkt*
4. *Leveranssätt / utförandesätt*
5. *Övriga kostnader som sponsorn står för*
6. *Övriga villkor*

Om sponsorns åtagande innefattar tjänster bör följande skrivning tas in i avtalet.

Sponsorn ska utföra de beskrivna tjänsterna med omsorg.

5 Kommunens åtagande

Avsnittet ska innehålla en beskrivning av kommunens åtaganden.

Om kommunens åtagande innebär att sponsorns namn ska exponeras bör avtalet reglera på vilket sätt detta ska ske.

Exponering

Kommunen åtar sig att i samband med (X-konferensen) upplysa om att sponsorn tillhandahåller kommunen (varor/tjänster).

Upplysningen ska lämnas på följande sätt.

Om sponsorn ska hänvisa till sponsringssamarbetet i sin egen marknadsföring bör avtalet reglera på vilket sätt och i vilken omfattning detta ska ske. Observera att sponsorn inte har rätt att använda kommunens logotyp eller andra logotyper som tagits fram i kommunen.

Hänvisning till sponsringssamarbetet i sponsorns marknadsföring

Sponsorn får hänvisa till sponsringssamarbetet på följande sätt.

Om sponsorn ska få ensamrätt att i samband med det som sponsringsavtalet avser sponsra kommunen med den typ av vara eller tjänst som sponsorn tillhandahåller bör detta anges i avtalet.

6 Övriga villkor/Krav på/...krav

Detta avsnitt kan tas med om det finns andra krav som kommunen ställer på sponsorn. Det kan t.ex. vara att sponsorn ska uppfylla vissa miljökrav när sponsringen avser en konferens om miljöfrågor. I avsnittet ska i sådant fall dessa krav anges.

7 Försäkringar

Om det är någon speciell försäkring som det är angeläget att sponsorn tecknar bör detta anges särskilt, se exempel nedan.

Sponsorn ska, innan åtagandet påbörjas, teckna och vidmakthålla (*ange vad det är för försäkring/försäkringar*).

Sponsorn är skyldig att vid förfrågan uppvisa gällande försäkringsbrev.

Om sponsorns åtagande innefattar en tjänst bör följande text finnas med i avtalet.

Sponsorn förbinder sig att se till att all hos sponsorn anställd och anlitad personal är försäkrad mot skador under åtagandets utförande.

Sponsorn är skyldig att vid förfrågan uppvisa gällande försäkringsbrev.

8 Sekretess

Sponsorn får aldrig röja eller utnyttja uppgift som omfattas av sekretess enligt offentlighets- och sekretesslagen (2009:400).

9 Sponsors upplysningsplikt

Sponsorn ska så snart som möjligt underrätta kommunen när en risk för försening av sponsors åtagande föreligger, orsaken till detta och när sponsors åtagande i stället kan beräknas slutföras. Sponsorn ska även underrätta kommunen om det finns en risk för att sponsorn inte kan fullgöra sitt åtagande och andra omständigheter som är av vikt för kommunen att få kännedom om.

10 Ansvar

Sponsorn ansvarar för de fel eller försummelser som ligger sponsorn till last vid åtagandets utförande och ska ersätta kommunen för de direkta skador som åsamkas kommunen eller den mot vilken kommunen svarar.

Sponsors ansvar omfattar inte indirekt skada såvida inte sponsorn gjort sig skyldig till grov vårdslöshet.

11 Hävning av avtalet

Part har rätt att säga upp avtalet till omedelbart upphörande om motparten åsidosätter villkor i avtalet som är av väsentlig betydelse för parten.

Kommunen har vidare rätt att säga upp avtalet till omedelbart upphörande om

1. sponsorn kommer i dröjsmål med betalning av skatter eller avgifter till staten, försätts i konkurs, inleder ackordsförhandlingar, träder i likvidation eller på annat sätt kan antas ha kommit på obestånd, eller
2. det på grund av sponsors agerande finns en risk för att kommunen anseende skadas.

Om en part häver avtalet är motparten skyldig att ersätta de direkta skador som parten lider till följd av hävningen.

12 Avtalshandlingar

Detta avsnitt behövs endast om det finns flera avtalshandlingar.

I avtalet ingår följande handlingar:

Detta avtal

(Bilaga)

(Eventuella andra handlingar)

Avtalshandlingarna ska i första hand tolkas så att de överensstämmer med varandra. Om det trots sådan tolkning finns villkor i avtalshandlingarna som strider mot varandra gäller de i ovan nämnd rangordning.

13 Ändringar och tillägg

Ändringar och tillägg till detta avtal ska göras skriftligen och ska för att vara gällande undertecknas av båda parter.

14 Tvist

Parterna är överens om att frågor som rör detta avtal i första hand ska försöka lösas i samförstånd mellan parterna.

Tvist angående tillämpningen eller tolkningen av detta avtal och därmed sammanhängande rättsförhållanden, ska prövas och slutligt avgöras av svensk allmän domstol med Uppsala tingsrätt som första instans.

15 Kontaktpersoner

Kontaktperson för det här avtalet är

för sponsorn: *(ange namn och kontaktuppgifter)*

för kommunen *(ange namn och kontaktuppgifter)*

Kontaktpersonen är den som ska kontaktas vid frågor med anledning av avtalet.

Part ska skriftligen underrättas om ny kontaktperson utses.

Detta avtal har upprättats i två likalydande exemplar varav parterna tagit var sitt.

(Ort och datum)

(Ort och datum)

UPPSALA KOMMUN

X AB

(namn)
(titel)

(namn)
(titel)

Regelverk

Regeringsformen

Kommunerna är bundna av objektivitetsprincipen som är grundlagsfäst i regeringsformen. Kommunerna ska behandla alla lika inför lagen samt iaktta saklighet och opartiskhet i sin verksamhet. Av detta följer att kommunen inte genom sponsring får utsätta sig för sådan påverkan att objektiviteten kan ifrågasättas. De villkor som sponsringen är förknippad med får alltså inte innebära att kommunen kommer i konflikt med objektivitetsprincipen.

Kommunallagen (1991:900)

Av kommunallagen framgår att varje nämnd har ett ansvar för sitt verksamhetsområde. Sponsringen får inte påverka eller inskränka det politiska handlingsutrymmet. Sponsringen får alltså inte 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. Villkoren får inte heller leda till inslag i verksamheten som inte är kompetensenliga. Vidare bör det råda en rimlig proportion mellan det som kommunen får och den motprestation som kommunen erbjuder sponsorn. Samarbetet mellan kommunen och näringslivet får inte innebära ett otillåtet stöd till ett enskilt företag.

Lagen om offentlig upphandling (2007:1091)

Lagen om offentlig upphandling (LOU) reglerar upphandlingen i alla organisationer som omfattas av begreppet upphandlande enhet i lagen, dvs. staten, kommuner, landsting, statliga myndigheter och vissa av deras bolag, stiftelser m.fl. Ett avtal måste innehålla ömsesidigt förpliktande ekonomiska villkor och avse en upphandlande enhets köp, leasing, hyra eller hyrköp för att omfattas av reglerna i LOU. För att få klarhet i om ett avtal ska upphandlas enligt LOU, måste således den upphandlande enheten i varje enskilt fall avgöra vilken typ av avtal som faktiskt är för handen. Upphandlande enheters försäljning och rena gåvor till upphandlande enheter omfattas inte av reglerna i LOU.

Avtal om sponsring med varor eller tjänster ska i vissa fall upphandlas enligt LOU. Upphandlingsskyldigheten inträder då sponsorn bidrar med varor eller tjänster till en upphandlande enhet och i gengäld av enheten får varor eller tjänster, s.k. *barteravtal*, eller kontanta medel. Ett barteravtal sluts alltså mellan två eller flera parter och är en form av omsättning som innebär att man byter varor eller tjänster med varandra. Ett vanligt exempel är dagspress som erbjuder annonsplats gratis i utbyte mot reklamplats på till exempel en arena.

Är avtalet om leverans av varor eller tjänster utan förpliktelser för den upphandlande enheten, utgör varorna eller tjänsterna en gåva, vilken inte omfattas av reglerna i LOU. Att en upphandlande enhet endast åtar sig att upplysa om att en leverantör sponsrat den

upphandlande enheten med varor eller tjänster, innebär normalt inte att avtalet innehåller förpliktelser för enheten.

Sponsring med endast kontanta medel kan aldrig omfattas av reglerna i LOU. Är avtalet utan förpliktelser för den upphandlande enheten utgör de kontanta medlen en gåva. Avtal om gåvor behöver inte upphandlas enligt LOU, eftersom sådana avtal inte innehåller ömsesidigt förpliktande ekonomiska villkor. Med förpliktelser för den upphandlande enheten att tillhandahålla varor eller tjänster innebär avtalet i juridisk mening en försäljning från den upphandlande enheten, vilken inte omfattas av reglerna i LOU.

Marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen gäller om ett sponsringsavtal leder till kommersiell reklam. Enligt marknadsföringslagen ska all marknadsföring utformas enligt god marknadsföringssed. En viktig grundregel är att reklam måste kunna identifieras som sådan. Detta är särskilt viktigt när man vänder sig till barn och unga.

En annan grundprincip är att reklam ska vara vederhäftig och sann. Enligt Internationella Handelskammarens (ICC) grundregel för reklam ska marknadsföring bl.a. utformas med socialt ansvar och ta särskild hänsyn till barn och unga. Sammanfattningsvis säger ICC-reglerna beträffande barn och unga att reklam inte får utnyttja barns och ungdomars naturliga godtrogenhet och bristande erfarenhet, inte får innehålla framställningar som kan medföra att barn eller ungdomar utsätts för fysiska skadeverkningar eller påverkas negativt i psykiskt eller moraliskt avseende och inte ge intryck av att själva innehavet eller användningen av viss produkt ger ett övertag över jämnåriga eller att avsaknad av produkten kan få motsatta följder. Reklam får inte heller stå i strid med rådande sociala värderingar eller undergräva föräldrars auktoritet eller innehålla direkta uppmaningar till barn eller ungdomar att övertala sina föräldrar eller andra vuxna att köpa den utannonserade produkten åt dem.