



## Göteborgs Stad

Ekonomi

Gemensamt för staden

Policy och riktlinje för sponsring inom Göteborgs Stad - Policy/riktlinjer/regler

Handläggare: Jan Persson

Fastställare: Kommunfullmäktige

Gällande from 2013-03-21

# Policy och riktlinje för sponsring inom Göteborgs Stad

(H 2013 nr 44, P 2013-03-21, § 22)

## Policy och riktlinje för sponsring inom Göteborgs Stad

### Policy för sponsring

Policyen innebär att

- Beslut att sponsra viss verksamhet eller godkänna mottagande av sponsring av kommunal verksamhet ska fattas av berörd nämnd eller styrelse eller på delegation till förvaltningsdirektör/VD.

Hänsyn ska alltid tas till objektivitetsprincipen och likabehandlingsprincipen i samband med sponsring. Verksamheter inom Göteborgs Stad som huvudsakligen ägnar sig åt myndighetsutövning bör inte ingå avtal om sponsring.

- Det ska råda rimlig proportion mellan sponsringsbeloppet och motprestationen. Sponsring får inte medföra risk för misstanke om muta eller otillbörliga personliga syften.
- Sponsringsarbetet ska präglas av öppenhet och kunna granskas av allmänheten utan risk för bristande tilltro.
- Sponsringsavtal bör inte träffas för längre tid än två år. Utvärdering av samarbetet ska ske årligen. Eventuell förlängning ska godkännas av berörd nämnd eller styrelse.
- Respektive nämnd/styrelse skall årligen upprätta en förteckning över samtliga sponsringsåtaganden, samt redovisa samtliga åtaganden till Stadsledningskontoret \*

*\* Redovisningsskyldigheten inträder när beslutet varit politiskt behandlat och inte när sponsringsbeslut fattas på delegation av nämnden. Kommunens samfällda sponsringsåtagande ska redovisas i kommunens årsredovisning (exklusive delegerade sponsringsbeslut).*

## **Riktlinje för sponsring inom Göteborgs Stad**

### **1. Inledning**

Denna riktlinje syftar till att konkretisera policyn.

### **2. Allmänt om sponsring inom Göteborgs Stad**

#### **2.1 Definition av sponsring**

Sponsring är ett frivilligt affärsmässigt avtal till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter, där ena parten (sponsorn) förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor och/eller tjänster och där den andra parten (sponsormottagaren) som motprestation tillhandahåller exponering av företagsnamn, varumärke eller tjänster, till nytta för sponsorn i dennes verksamhet.

Har inga krav på motprestation avtalats är det inte fråga om sponsring utan om en ensidig rättshandling (bidrag, gåva eller donation). Sådana transaktioner omfattas inte av denna policy. Sponsring får inte ha som huvudsakligt syfte att ekonomiskt stödja visst företag eller organisation.

Det finns vidare en viktig skillnad mellan sponsring och kommersiell marknadsföring, dvs reklam. För att anses som sponsring ska exponeringen av sponsorn endast innehålla uppgift om vem som står bakom sponsringen, t ex sponsorns namn, varumärke eller tjänster.

Göteborgs stad kan i ett sponsringsavtal agera såväl sponsor som sponsormottagare.

#### **2.2 Omfattning**

Denna policy och riktlinje ska tillämpas av samtliga verksamheter inom Göteborgs Stad, inklusive dess direkt och indirekt helägda aktieföretag. Denna policy och riktlinje ska även tillämpas av aktieföretag, stiftelser, ekonomiska föreningar och andra associationer där Göteborgs Stad utser fler än hälften av styrelseledamöterna. I övriga associationer som Göteborgs Stad deltar i med styrelseledamot eller motsvarande ska Göteborgs Stad representera verka för att denna policy och riktlinje antas i tillämpliga delar. Samtliga organisationer och associationer ovan benämns nedan var för sig och gemensamt "Göteborgs Stad".

#### **2.3 Ansvar och övergripande bestämmelser**

Beslut att sponsra viss verksamhet eller godkänna mottagande av sponsring av kommunal verksamhet ska fattas av berörd nämnd eller styrelse. Beslut om sponsringssamarbete kan delegeras till VD/förvaltningsdirektör eller motsvarande. I samband med sådan delegation uppmanas respektive styrelse/nämnd att fastställa inom vilka ramar VD/förvaltningsdirektör har rätt att ingå sponsringssamarbete.

Syftet med sponsringssamarbetet och dess förväntade effekter på Göteborgs stad ska särskilt utvärderas.

Vid alla former av sponsringsåtaganden ska hänsyn tas till objektivitetsprincipen och likabehandlingsprincipen.

Verksamheter inom Göteborgs Stad som huvudsakligen ägnar sig åt myndighetsutövning bör inte ingå avtal om sponsring. Detsamma gäller kommuninterna verksamheter som endast levererar varor och tjänster inom Göteborgs Stad.

Det ska råda rimlig proportion mellan sponsringsbeloppet och motprestationen, vilket innebär att sponsorns och sponsormottagarens prestationer skall vara ekonomiskt jämförliga.

Sponsring får inte medföra risk för misstanke om muta eller otillbörliga personliga syften. Särskild försiktighet bör därför iakttas när andra prestationer än ren exponering av sponsorns varumärke ingår som motprestation i sponsoravtalet.

Sponsringsarbetet ska präglas av öppenhet och kunna granskas av allmänheten utan risk för bristande tilltro.

Sponsringsavtal bör inte träffas för längre tid än två år. Utvärdering av samarbetet ska ske årligen. Eventuell förlängning ska godkännas av berörd nämnd eller styrelse.

Respektive nämnd/styrelse skall årligen upprätta en förteckning över samtliga sponsringsåtaganden, samt redovisa samtliga åtaganden till Stadsledningskontoret.

#### **2.4 Sponsoravtalet**

Sponsoravtal ska alltid upprättas mellan parterna för att fastställa syfte, omfattning och parternas åtaganden gentemot varandra. Avtalet bör åtminstone innehålla följande uppgifter:

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

#### **2.5 Samarbetsparten**

Innan sponsringsavtal ingås ska berörd nämnd/styrelse säkerställa att motparten är en lämplig samarbetspartner som i allt väsentligt delar Göteborgs Stads övergripande politiska mål och demokratiska grundprinciper. Sponsoravtal ska inte ingås med företag eller organisationer där samarbetet av etiska eller andra skäl kan ifrågasättas. Som ett led i detta ska följande säkerställas:

- a. Att företaget eller organisationen drivs seriöst och inte har skulder till det offentliga,
- b. Att företaget eller organisationen följer god marknadsföringsed,
- c. Att sponsringsåtagandet inte omfattar reklam, förmånserbjudanden eller annan aktiv marknadsföring.

### **3. Göteborgs Stad som sponsor**

Göteborgs Stad kan besluta om sponsring av publikdragande arrangemang inom idrotts- och kulturlivet. Sponsringen ska ske på affärsmässiga och objektiva grunder.

Sponsring får inte ske med personella resurser.

Sponsringen ska ha till syfte att exponera och sprida kunskap om Göteborgs Stad verksamheter och ge ett mervärde för Göteborgs Stad i form av stärkt varumärke.

Sponsring får endast ske av publika evenemang. Sponsring genom tillhandahållande av lokaler och markområden får endast ske om allmänheten äger tillträde till lokalerna under evenemanget.

Om ett evenemang eller arrangemang ställs in ska säkerställas att eventuell sponsring återbetalas.

### **4. Göteborgs Stad som sponsormottagare**

Den offentliga verksamheten skall huvudsakligen finansieras med skatter och offentligrättsliga avgifter. Finansiering av verksamheter med hjälp av sponsormedel får därför endast utgöra ett mindre komplement till nämnda finansiering. Sponsringen ska vara av tillfällig natur och får inte tillämpas så att kärnverksamheten blir beroende av den. Sponsringen ska medföra kvalitetshöjning av den ordinarie verksamheten eller möjliggöra projekt som annars inte kunnat genomföras och som är till gagn för Göteborgs Stads invånare.

Sponsringen får inte komma att inkräkta på det politiska handlingsutrymmet eller vara utformat på ett sätt som påverkar verksamhetens mål.

Sponsring ska avse verksamhet inom Göteborgs Stads kompetensområde och bidra till att staden uppfyller sina fastställda mål.

Krav på inflytande eller medbestämmande från externa intressenter över verksamhetens innehåll eller beslutsprocess får inte förekomma.

Mottagande av sponsormedel skall redovisas i enlighet med gällande redovisningsregler. Kontanta medel redovisas som intäkter. Redovisning av varor och tjänster mottagna av sponsor måste bedömas mot bakgrund av omständigheterna i det enskilda fallet.

Namnet på sponsorn får inte dominera på ett sådant sätt att sponsorn kan uppfattas ta över Göteborgs Stads ansvar för verksamheten.