



# Riktlinjer för sponsring i Knivsta kommun

FÖRSLAG 2024-11-07

# Innehållsförteckning

Inledning.....	3
Syfte .....	3
Omfattning .....	3
Sponsringssamarbeten .....	3
Lagbestämmelser och krav.....	3
Särskilda krav vid sponsringssamarbeten.....	4
Kommunen som sponsormottagare.....	4
Kommunen som sponsor.....	5
Avtalsinnehåll .....	5
Uppföljning .....	5
Förvaltning.....	5

## Inledning

Knivsta kommun är en offentlig aktör som huvudsakligen finansieras med skattemedel. Sponsormedel får endast utgöra ett mindre komplement till detta. Det är av största vikt att invånarna känner förtroende för att verksamheten bedrivs objektivt där saklighet och opartiskhet genomsyrar hela verksamheten.

Sponsring är ett affärsmässigt avtal mellan två eller flera parter med ömsesidiga förpliktelser. Sponsorn förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor och/eller tjänster och sponsormottagaren tillhandahåller exponering av företagsnamn, varumärke eller andra förmåner.

Sponsringen får inte innehålla exponering av varor eller tjänster som sponsorn erbjuder, det räknas som reklam. Om mottagaren inte erbjuder någon motprestation räknas det inte som sponsring utan som gåva. Denna riktlinje omfattar endast sponsring.

Knivsta kommun kan agera både som sponsor och som mottagare av sponsring.

## Syfte

Denna riktlinje syftar till att tydliggöra när och under vilka förutsättningar kommunen kan ingå avtal om sponsring.

## Omfattning

Riktlinjen omfattar Knivsta kommuns sponsringssamarbeten med externa aktörer. Dokumentet omfattar inte intern sponsring inom kommunen och eller med de kommunala bolagen.

Riktlinjen omfattar inte bidrag till föreningar utan det hanteras i styrdokument ”regler för föreningsbidrag i Knivsta kommun”.

## Sponsringssamarbeten

### Lagbestämmelser och krav

Kommunen är skyldig att agera objektivt genom att alltid iaktta saklighet och opartiskhet (regeringsformen 1 kap. 9 §). Kommunen får inte ge individuellt inriktat stöd till enskilda näringsidkare om det inte finns synnerliga skäl (kommunallagen 2 kap. 8 §). Detta gäller även vid sponsring.

Lagar om offentlig upphandling gäller när kommunen gör inköp. Om ett samarbete inte utgör ren sponsring kan det innebära att reglerna om offentlig upphandling ska tillämpas.

Sponsringssamarbeten ska tåla att granskas av allmänheten. Ett sponsorsamarbete får inte resultera i att den externa aktören gynnas av

kommunen i något annat sammanhang. Exempelvis får ett sponsorsamarbete aldrig innebära att den andra parten ges inflytande över kommunala beslut.

## Särskilda krav vid sponsringssamarbeten

Vid sponsringssamarbeten ska det upprättas ett skriftligt sponsringsavtal inom den verksamhet som frågan berör. Nedan under rubriken "Avtalsinnehåll" finns en närmare beskrivning av vad ett sponsringsavtal bör innehålla.

Innan ett avtal ingås ska en bedömning göras utifrån det förväntade värde som sponsringen kan stärka kommunens varumärke med. Samarbetet ska inte kunna ifrågasättas utifrån etiska eller andra skäl. Det ska även göras en bedömning för att säkerställa att det är en rimlig proportion mellan värdet på sponsringen och motprestationen. Inom ramen för sponsringen får det inte förekomma någon kommersiell marknadsföring, alltså reklam.

Sponsring får inte förekomma i myndighetsutövande verksamhet.

Innan ett sponsringsavtal tecknas ska det göras en bedömning av den externa aktören. Vid bedömning ställs följande krav:

- Aktören ska bedriva en seriös verksamhet och inte ha några skulder till det offentliga
- Aktören ska kunna accepteras av kommunen utifrån miljömässig, etisk och arbetsrättslig synpunkt
- Aktören får inte vara ett politiskt parti eller en religiös organisation

## Kommunen som sponsormottagare

Utöver det som i övrigt framgår i dessa riktlinjer gäller följande när kommunen agerar som sponsormottagare.

När kommunen tar emot sponsorstöd ska insatsen stödja en planerad inriktning och bidra till att stärka bilden av kommunen. Sponsring ska vara av tillfällig natur och får inte tillämpas så att en verksamhet blir beroende av den. Sponsorstöd ska i första hand bestå av varor eller tjänster, kontanta medel bör undvikas.

Kommunens motprestation ska som utgångspunkt bestå av den naturliga exponering som sponsorn uppnår genom att tillhandahålla en tjänst eller produkt. Kommunen kan även upplysa om att en aktör sponsrar ett visst evenemang, projekt eller liknande. Det får inte finnas information om varor eller tjänster som aktören erbjuder, då anses det utgöra reklam. (reklam hanteras i andra styrdokument).

Om sponsorn ska ha möjlighet att hänvisa till sponsringssamarbete i sin egen marknadsföring ska detta regleras i det skriftliga sponsoravtalet mellan parterna.

Mottagande av sponsormedel ska redovisas i enlighet med gällande redovisningsregler.

## Kommunen som sponsor

Utöver det som i övrigt framgår i dessa riktlinjer gäller följande när kommunen agerar som sponsor.

Syftet med kommunens sponsring ska vara att förverkliga kommunens vision och mål samt bidra till att stärka varumärket.

Sponsring kan ske i form av kontanta medel, varor, personella resurser eller tillfälligt tillhandahållande av lokaler eller markområden. Motprestationen från den andra parten ska bidra till att stärka kommunens varumärke. Det kan exempelvis ske genom exponering av kommunens logotyp eller att kommunens ges möjlighet att presentera sina verksamheter.

När kommunen väljer att sponsra en aktör är det viktigt att kommunen agerar i enlighet med objektivitetsprincipen samt säkerställer att sponsringen inte innebär att en enskild näringsidkare gynnas i strid med lag.

## Avtalsinnehåll

Ett skriftligt 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
- Sponsors åtagande
- Mottagarens åtagande
- Avtalstid
- Ansvar/hantering vid inställd aktivitet
- Försäkringsansvar
- Redovisningskrav
- Formen för uppsägning av avtalet och om förutsättningarna förändras
- Formen för lösning av eventuell tvist om avtalets tolkning och tillämpning

## Uppföljning

När ett sponsoravtal har avslutats ska en uppföljning genomföras. I uppföljningen ska en genomgång göras av utfallet av sponsorsamarbetet, om det fått förväntad effekt, om båda parter har presterat enligt avtalet och vilket mervärde det gett till kommunen.

## Förvaltning

Kommunstyrelsen ansvarar för att informera om riktlinjerna. Alla nämnder ansvarar för att implementera och arbeta i enlighet med riktlinjerna.