

# Sponsorpolicy för Mariehamns stad

Godkänd av stadsfullmäktige 136 §, 25.09.2018



## Innehåll

Bakgrund .....	3
Sponsringens syfte .....	3
Val av sponsorsamarbeten .....	3
Förutsättningar.....	4
Riktlinjer när staden sponsrar .....	4
Bedömningsgrunder för stadens sponsring .....	4
Sponsring av evenemang .....	5
Riktlinjer när staden blir sponsrad .....	5
Krav på sponsor .....	5
Förutsättningar för sponsring av kommunal verksamhet.....	5
Sponsoravtal.....	6
BILAGA 1: Avtalsexempel/ mall .....	7

## Bakgrund

Sponsring är ett samarbete på affärsmässiga grunder mellan två eller flera parter, som leder till ömsesidig nytta för parterna. Kommunal sponsring kan ske i två riktningar, dels att en extern aktör sponsrar kommunal verksamhet, dels att kommunen sponsrar en extern aktör. Om inga krav på motprestation avtalats är det inte fråga om sponsring, utan om gåva, bidrag eller donation.

Syftet med dessa riktlinjer är att reglera Mariehamns stads sponsringssamarbete med externa aktörer. Riktlinjerna ska fungera som ett stöd för politiker och tjänstemän i deras beslutsfattande. Policyen kan också vägleda representanter för externa aktörer som vill bli sponsrade eller sponsra staden.

Sponsorsamarbeten ska följa gällande lagstiftning och vara förenliga med stadens vision samt övriga styrdokument. Samarbetet får inte begränsa det politiska handlingsutrymmet.

Stadens föreningsbidrag sköts av avdelningen för kultur och fritid.

---

*Definition: Sponsring är ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för två eller flera parter. Sponsringen bygger på ett avtal där sponsorn gör en insats för att få associeras i ett positivt sammanhang, exempelvis i samband med ett evenemang eller ett idrottslag, bland kulturutövare eller liknande. Insatsen kan vara pengar, varor eller tjänster. Sponsring förutsätter någon typ av motprestation av den som sponsras exempelvis genom exponering av sponsorns logo eller annan marknadsföring. Gåvor eller bidrag som kännetecknas av att de utgör en ensidig rättshandling utan motprestation är inte sponsring.*

---

## Sponsringens syfte

När staden sponsrar en extern aktör görs det för att stärka varumärket Mariehamns stad och främja tillväxt. Genom att synas i positiva sammanhang blir staden mer attraktiv både som boendeort och besöksmål i enlighet med stadens vision att vara *en attraktiv sjöfartsstad med livskvalitet*.

Sponsring av kommunal verksamhet syftar till att öka mervärdet för stadens invånare genom att t.ex. göra det möjligt att genomföra projekt till nytta för stadens invånare som annars inte skulle vara möjliga att genomföra. Sponsring av stadens verksamhet ska endast ses som ett komplement till den offentliga finansieringen och är inte aktuellt för att finansiera den löpande driften.

## Val av sponsorsamarbeten

Staden prioriterar sponsringssamarbeten som är tillväxtfrämjande och nydanande. Mariehamn har därför valt att enbart agera sponsor för evenemang som arrangeras i staden.

Staden bör undvika sponsringssamarbeten som kan innebära sådan påverkan att opartiskheten kan ifrågasättas, vilket också innebär att sponsringsprocessen ska präglas av öppenhet och kunna granskas offentligt.

Samarbetet mellan staden och näringslivet får inte innebära ett otillåtet stöd till ett enskilt företag.

Avgörande för om staden kan ta emot sponsring är vilka villkor som sponsringen är förknippad med. Villkoren får inte medföra ett beroendeförhållande till sponsorn.

## Förutsättningar

Innan ingående av sponsorsamarbete bör man beakta:

- att sponsortagarens organisation drivs seriöst och inte har skatteskulder eller dylikt
- att sponsortagaren bedriver verksamhet som ur miljömässig, etisk och arbetsrättslig synpunkt kan accepteras av staden. Sponsortagaren får inte förknippas med verksamhet som står i strid med grundläggande demokratiska värderingar eller är riskbetonad.
- hur stor den väntade nyttan tros bli för staden.

Sponsringen ska vara ett tidsbegränsat ekonomiskt åtagande och stå i rimlig proportion till motprestationen.

Om sponsorsamarbete ingås med politiska partier eller religiösa organisationer ska det vara kring evenemang som inte framhäver eller präglas av enskilda ideologier.

## Riktlinjer när staden sponsrar

### Bedömningsgrunder för stadens sponsring

Beslut om samt omfattningen av sponsringen tas med utgångspunkt i hur väl följande punkter kan förväntas uppfyllas:

- hur omfattande den positiva massmediala publiciteten kring den sponsrade parten och varumärket Mariehamns stad förväntas bli utanför Åland,
- hur stort antal tillresta deltagare och/eller besökare som förväntas i samband med evenemanget,
- hur många kommersiella gästnätter som förväntas i samband med evenemanget,
- hur väl den sponsrade parten bidrar till positiv publicitet kring Mariehamns stad,
- vilka marknadsföringsinsatser den sponsrade parten gör och hur väl Mariehamns stad tydliggörs i samband med det.

Den som kontaktar staden för att bli sponsrad ska presentera en marknadsföringsplan som visar hur staden garanteras synlighet. Evenemangsarrangörer kan, när som helst under året, kontakta staden med förslag på sponsorsamarbete. Med god framförhållning ökar möjligheterna till synlighet och nytta. Sponsoravtalen ska därför helst vara klara senast 4 månader före evenemanget inleds.

För att säkerställa stadens nytta med sponsorsamarbetet görs utbetalningen av sponsormedel i olika rater. Den sista raten erhålls efter redovisning av evenemangets genomförande och uppnådd synlighet.

## Sponsring av evenemang

Mariehamns stad kan välja att sponsra evenemang som arrangeras i staden och förväntas vara till nytta för det lokala närings- och föreningslivet.

Då staden överväger att gå in som sponsor av enskilda evenemang följande kriterier avgörande för beslutet. Alla kriterier behöver inte uppfyllas.

Evenemanget:

- arrangeras i Mariehamns stad
- lockar inresande deltagare och/eller besökare, som helst också övernattar
- väcker uppmärksamhet i media, även utanför Åland
- bedöms ha positiva effekter för flera aktörer inom staden
- är en publik tillställning som allmänheten kan ta del av
- stärker bilden av Mariehamn som evenemangsstad
- framhåller, om möjligt, stadens profil som sjöfartsstad
- syftar, om möjligt, till att bli återkommande.

## Riktlinjer när staden blir sponsrad

### Krav på sponsor

- Sponsorns verksamhet är förenlig med kommunens värdegrund och vision
- Sponsorns verksamhet bedrivs ansvarsfullt
- Sponsorn är inte ett politiskt parti eller religiös organisation

### Förutsättningar för sponsring av kommunal verksamhet

- Sponsringen får inte inkräkta på det politiska handlingsutrymmet eller påverka verksamhetens mål
- Sponsringen får inte tillämpas så att kärnverksamheten blir beroende av den
- Krav från sponsorn på inflytande eller medbestämmande över verksamhetens innehåll eller beslutsprocess får inte förekomma.
- Sponsring i form av varor och tjänster får inte ske i strid med lagen om offentlig upphandling (2007:1091)
- Sponsring får inte förekomma i myndighetsutövande verksamhet

## Sponsoravtal

Sponsring ska alltid regleras i skriftliga avtal, där parternas åtaganden definieras. Utfallet av varje sponsoravtal bör följas upp på årsbasis, inom tre månader efter avtalsperioden.

I avtalet ska följande uppgifter finnas:

- Båda parternas uppgifter (t.ex. namn, FO-nummer, kontaktpersoner)
- Syftet med sponsringssamarbetet
- Avtalsperioden
- Båda parternas åtaganden (sponsorinsats och motprestation)
- Båda parternas ansvar, rättigheter och skyldigheter
- Information om betalningsätt och -rater
- Åtgärder vid eventuella avtalsbrott samt hävning av avtalet
- Formerna för eventuell tvistlösning

Avtalet kan också reglera/innehålla:

- Rutiner för uppföljning av rättigheter och skyldigheter
- Eventuella medierättigheter
- Förutsättningar för uppsägning av avtalet
- Försäkringsfrågor
- Hänvisning till stadens checklista för hur man arrangerar hållbara evenemang
- Ansvar och förutsättningar för återbetalning om evenemanget ställs in
- Rätt för staden att avbryta ett sponsorsamarbete av etiska skäl

## BILAGA 1: Avtalsexempel/ mall

# Avtal om sponsring av evenemang

### I. Avtalsparter

Parter i avtalet är Mariehamns stad (nedan sponsorgivaren), FO-nummer 0205071-4 och Sponsortagaren, FO-nummer 1234567-8 (nedan sponsortagaren).

### II. Föremål för avtal

Avtalet avser sponsring av evenemanget \_\_\_\_\_ i Mariehamn (nedan evenemanget) under åren 20XX- 20XX.

### III. Avtalets ikraftträdande och giltighet

Detta avtal träder i kraft när stadens beslut om att godkänna avtalet vunnit laga kraft samt det vederbörligen har undertecknats av båda parter. Avtalet gäller t.o.m. xx.xx.xxxx

### IV. Avtalets syfte

Detta avtal ingås för att möjliggöra att evenemanget, som förväntas locka besökare till staden, under avtalsåren arrangeras i Mariehamn. Sponsorgivarens syfte med avtalet är att främja stadens turism, kultur- och näringsliv samt stärka bilden av staden som evenemangsstad.

### V. Sponsorgivarens skyldigheter

Sponsorgivaren betalar en sponsorinsats (exkl. moms) i form av penningmedel enligt följande:

20XX: \_\_\_\_ euro                      20XX: \_\_\_\_ euro                      20XX: \_\_\_\_ euro

Avtalet innebär att sponsortagaren erhåller en sponsorsumma i form av direkta penningmedel som per år kan uppgå till ovan nämnda summa. Då avtalet undertecknats/ i januari får sponsortagaren rikta en faktura till staden om \_\_\_\_ euro exkl. moms gällande marknadsföringssamarbete. Den andra raten, om maximalt \_\_\_\_ euro exkl. moms, får faktureras efter att sponsortagaren har redovisat vilken synlighet som uppnåtts och en utvärdering har gjorts (senast tre månader efter evenemanget).

En förutsättning för utbetalande av sponsormedel är att sponsortagarens eventuella skulder till staden som hänför sig till tidigare års arrangemang till fullo har betalats. Om skulder kvarstår har staden rätt att minska den kommande utbetalningen med motsvarande summa.

Sponsorinsatsen kan enligt överenskommelse mellan parterna helt eller delvis erhållas i form av tjänster eller befrielse från avgifter. Överenskommelsen bör vara avtalad inom \_\_\_\_\_, och alltid före aktuella tjänster beställs.

### VI. Sponsortagarens skyldigheter

Sponsortagaren ska anordna evenemanget i Mariehamn under minst \_\_\_\_ dagar i följd varje avtalsår. Evenemanget ska hållas tillgängligt för allmänheten och vara av sådan kvalitet och omfattning att det motsvarar tidigare års evenemang. Arrangören har rätt att uppbära skäligt inträde från besökarna. Om konceptet förändras under perioden informeras sponsorgivaren.

Senast inom tre månader efter genomfört evenemang ska sponsortagaren sammanställa en rapport över uppnådd synlighet och boka in ett utvärderingsmöte med sponsorgivarens kontaktperson.

Avtalet förfaller automatiskt om evenemanget inte genomförs. Sponsormedel kopplade till det inställda evenemanget ska återbetalas.

Sponsortagaren förbinder sig vidare att:

- alltid lyfta fram Mariehamn som plats för evenemanget när det omtalas i media eller presenteras i tryck.
- länka mellan evenemangets och stadens hemsida
- ge sponsorgivaren god synlighet på evenemangsområdet; vilket enligt överenskommelse innebär banderoller, en stor välkomnande skylt och flaggor.
- engagera en av stadens frontfigurer för att inviga evenemanget,
- så långt som möjligt följa stadens rekommendationer om hållbara evenemang <http://www.mariehamn.ax/organisation-arbete/stadens-miljoarbete/hallbara-evenemang/>
- senast tre månader efter evenemanget informera staden om hur evenemanget avslutades samt vilken synlighet sponsorgivaren har fått därigenom

Sponsortagaren uppmanas att informera gästande journalister och professionella bloggare om möjligheten att boka studiebesök och intervjuer med stadens representanter för intressanta reportage om staden och dess verksamhet.

#### **VII. Lojalitetsplikt**

Parterna förbinder sig att samarbeta efter detta avtals undertecknande så att avtalet kan verkställas i enlighet med dess syfte.

#### **VIII. Överlåtelse av avtal**

Sponsortagaren äger ej rätt att utan sponsorgivarens skriftliga medgivande överlåta avtalet på tredje part.

#### **IX. Ändring av avtalet**

Ändring eller tillägg till detta avtal ska för att vara bindande göras skriftligen och undertecknas av båda parter.

#### **X. Hävning av avtalet**

För den händelse att avtalspart åsidosätter sina förpliktelser enligt detta avtal i ett hänseende som är av väsentlig betydelse för motparten och inte vidtar rättelse inom fjorton (14) dagar från det att påpekande lämnats äger motparten rätt att häva avtalet med omedelbar verkan. Påpekande och hävning ska göras skriftligen och utan oskäligt dröjsmål från det att parten fått kännedom om grunderna för hävning.

#### **XI. Tvist rörande avtalets innehåll**

Tvist rörande detta avtals innehåll ska hänskjutas till Ålands tingsrätt för avgörande.

Mariehamn den XX.XX.XXXX

För Mariehamns stad

För Sponsortagaren

\_\_\_\_\_  
N.N  
titel

\_\_\_\_\_  
N.N  
titel