

## Sponsringspolicy för Eskilstuna Kommunföretag AB och dess dotterbolag

### Innehåll

1. Bakgrund .....	2
2. Definition.....	2
3. Syfte med sponsring.....	2
4. Sponsringskategorier/grupper.....	3
5. Vilka vi inte sponsrar.....	4
6. Krav på föreningen/avtalspart.....	4
7. Finansiering .....	4
8. Beslutsgång.....	4
9. Ansvarsfördelning och organisation.....	5
10. Avtal- tecknande av avtal.....	5
11. Motprestationer .....	6
12. Rapportering .....	6
13. Ansökning.....	6

*Med begreppet Eskilstuna i det här dokumentet menas det geografiska området Eskilstuna kommun.*

## 1. Bakgrund

Eskilstuna Kommunföretag AB och dess dotterbolag arbetar med affärsmässig samhällsnytta och ska därmed verka som en positiv kraft i Eskilstuna och bidra till att stärka Eskilstunas attraktivitet och värna Eskilstunas platsvarumärke.

## 2. Definition

Sponsring är associationsmarknadsföring; en affärsmässig metod för kommunikation, marknadsföring och försäljning. Sponsring bygger på ett avtal mellan (normalt) två parter där ett företag betalar för kommersiella rättigheter att utnyttja en association.

Begreppet sponsring används i dagligt tal som en samlingsbeteckning för ekonomiska bidrag eller ersättning från företag till idrott, kultur eller annan allmännyttig verksamhet. Ett sponsringsbidrag eller ersättning förväntas leda till ökade eller bibehållna inkomster i den verksamhet som givaren bedriver för att avdragsrätt ska kunna aktualiseras.

Allmännyttig verksamhet avser vanligen en ideell verksamhet som riktar sig till en icke avgränsad krets av personer och som sker inom ramen för en viss verksamhetsidé för det allmänna bästa.

Utbetalningar till andra juridiska former, exempelvis aktiebolag, som bedriver näringsverksamhet är därmed inte sponsring. Aktiviteter som exempelvis kunddagar, hos eller tillsammans med näringsidkare, rymms inom begreppet marknadsföring och hanteras beslutsmässigt och ekonomiskt utanför sponsringspolicyn. Även andra, i sig önskvärda samhällsinsatser, faller utanför sponsringspolicyn. Exempel är aktiviteter där kommunen eller andra ej ideella verksamheter står som arrangör.

Att vissa verksamheter faller utanför sponsringsområdet har i sig ingen betydelse för om engagemanget/aktiviteten ska genomföras eller inte. Definitionen får dock betydelse för hur beslutsprocessen, uppföljning och finansiering ska ske. Exempelvis Eskilstuna EI och likande rymms inte inom denna definition.

## 3. Syfte med sponsring

Huvudsyftet med sponsring är:

Att generera ökade eller bibehållna intäkter och agera som en ansvarstagande samhällsaktör genom

- att stärka befintliga och skapa nya kundrelationer
- att öka kännedomen om våra varumärken och erbjudanden
- att vara en positiv kraft i samhället - ett engagerat företag som har och tar ett samhällsansvar (*CSR- Corporate Social Responsibility*)

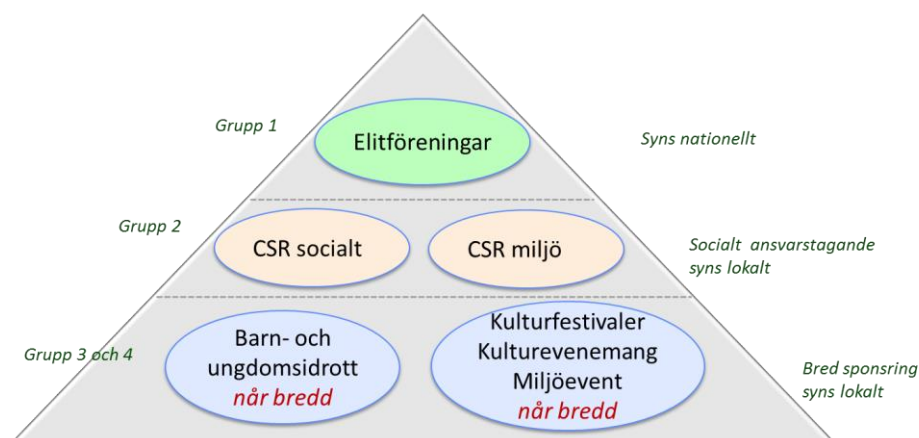
Sponsring är ett utmärkt sätt att stärka vår lokala närvaro. Sponsring är en viktig och integrerad del i marknadskommunikationen. Såväl kunder, anställda, ägare och övriga intressenter ska alltid kunna känna förtroende för våra verksamheter och hur de bedrivs. Valet av samarbetspartners inom sponsringsområdet är därför av stor betydelse. Rätt val innebär även ökad stolthet och engagemang hos befintliga medarbetare samt underlättar arbetet att attrahera nya medarbetare.

## 4. Sponsringskategorier/grupper

Sponsring och samhällsengagemang är en viktig del i förtroendearbete för att skapa bland annat goodwill och positiv företagsimage. Genom samarbeten och eller partnerskap utvecklas värdefulla nätverk med näringsliv och föreningsliv.

I nätverken har bolagen möjlighet att nå ut med sina marknadsföringsbudskap och sprida information om sina verksamheter, produkter och tjänster, vilket stärker försäljning och bygger förtroende.

Bilden nedan visar en så kallad "balanserad sponsring" vilket innebär att vi stärker våra varumärken på olika sätt.



Sponsring riktas till fyra olika grupper enligt bilden ovan:

### *Grupp 1: Elitidrottsföreningar (syns nationellt):*

- Avser i huvudsak lagsporter inom elit eller på väg till elit. Val av förening ska ge bolagskoncernen ett affärsmässigt mervärde. Kategorin Elit inkluderar även parasport på elitnivå.

### *Grupp 2: Samhällsansvar/CSR (syns lokalt)*

- Föreningar och stödorganisationer som bedriver socialt och/eller miljömässigt arbete med familjer, barn och ungdomar i kommunen.

### *Grupp 3: Barn- och ungdomsidrott (syns lokalt-när bredd)*

- Föreningar med fokus på barn- och ungdomsidrott.
- Skapa förutsättningar för idrottsliga upplevelser i Eskilstuna.
- Delta i lokala samhällsprojekt/aktiviteter i Eskilstuna.

### *Grupp 4: Kulturfestivaler, kulturevenemang, miljöevent (syns lokalt-när bredd)*

- Föreningar och organisationer med fokus på kulturfestivaler, kulturevenemang och miljöevent.
- Skapa förutsättningar till kulturella upplevelser i Eskilstuna.
- Delta i lokala kulturella aktiviteter i Eskilstuna.

Vi sponsrar inom det geografiska området Eskilstuna kommun.

Ovanstående sponsring kompletteras med att stötta stora arrangemang som på ett positivt sätt synliggör Eskilstuna och de kommunala bolagen nationellt där medel finns i Evenemangsfonden.

För att få största nytta av sponsringsmedel kan fokusering krävas i stället för flera mindre bidrag till ett stort antal mottagare.

## 5. Vilka vi inte sponsrar

Kommunföretag och dess dotterbolag ska avstå från engagemang som innebär:

- att sponsra enskilda personer/idrottsmän/artister
- aktiviteter som kan uppfattas som oetiska eller som strider mot företagets värderingar, etik, moral, miljö och policys
- att samarbeta med smala och udda organisationer eller projekt som endast når en mindre grupp människor, politiska eller religiösa ställningstaganden
- aktiviteter som är skadliga för människor och miljö

Beslut av avsteg från policyn fattar alltid av Eskilstuna kommunföretags styrelse.

## 6. Krav på föreningen/avtalspart

Föreningen ska ha ett jämställt bemötande och en jämställd resursfördelning mellan flickor, pojkar, kvinnor och män i sina verksamheter. I de fall föreningar bedriver verksamhet som inte omfattar samtliga grupper skall kommunföretag sträva efter utjämning genom val av föreningar att sponsra. Föreningen ska arbeta för hållbar utveckling och med en värdegrund som är förenligt med kommunens och bolagens värdegrund. Föreningen ska åta sig att arbeta aktivt med genusfrågor, jämställdhets- och kvinnofridsfrågor, mångfaldsfrågor, HBTQ frågor, ge möjlighet för personer med funktionsnedsättning att kunna utöva aktuell verksamhet samt minska verksamhetens miljöpåverkan. Föreningen ska arbeta aktivt för fairplay och mot doping, alkohol och droger.

## 7. Finansiering

Den årliga ambitionsnivån för sponsring inom bolagskoncernen är 7-9 miljoner kronor. Genom den reviderade definitionen av sponsring i denna policy har medlen ökat då exempelvis Parkendagen faller utanför sponsringsområdet. Inriktningen är en jämn fördelning av sponsringsmedel mellan flickor och pojkar, kvinnor och män. Sponsring kan gälla såväl enskilda evenemang och projekt såväl som årlig verksamhet och dessa kan vara både lokala eller av nationell alternativt internationell betydelse för Eskilstuna. Tyngdpunkten för fördelning av sponsringsmedlen ligger på grupp 1 med 4-5 miljoner kronor och resterande 2-3 miljoner kronor på grupper 2-4.

Inriktning för fördelning av kostnaderna för sponsring inom kommunföretagskoncernen är 61 % från Eskilstuna Energi och miljö (EEM), 33 % från Kommunfastigheter (Kfast) och 6 % från Eskilstuna Logistik och Etablering (ELE). Den slutliga fördelningen utgår från den faktiska affärnyttan i respektive sponsringsavtal.

## 8. Beslutsgång

- *Grupp 1*  
Sponsring  $\geq$  300 tusen kronor beslutas av kommunföretags styrelse.  
Sponsring  $< 300 \geq 50$  tusen kronor beslutas av respektive bolag.  
Sponsring  $< 50$  tusen kronor beslutas av sponsringsgruppen efter delegationsbeslut hos respektive bolag.

- *Grupp 2-4*  
Sponsring  $\geq 100$  tusen kronor beslutas av kommunföretags styrelse.  
Sponsring  $< 100 \geq 50$  tusen kronor beslutas av respektive bolag.  
Sponsring  $< 50$  tusen kronor beslutas av sponsringsgruppen efter delegationsbeslut hos respektive bolag.
- *Grupp 1-4*  
Sponsring  $\geq 50$  tusen kronor där det ekonomiska värdet av motprestationen understiger avtalat belopp fattas av kommunföretags styrelse.

## 9. Ansvarsfördelning och organisation

Kommunföretag har ett övergripande ansvar för sponsringsarbete i bolagskoncernen. Kommunföretag ansvarar för avtal, avtalsregister samt beslutsunderlag och redovisning/uppföljning till kommunföretags styrelse.

Representant från Kommunföretag leder sponsringsgruppen.

EEM, Kfast och ELE ansvarar för att utse vardera en ansvarig med nödvändiga befogenheter i sponsringsgruppen för att fatta nödvändiga beslut tillsammans med kommunföretags representant.

På uppdrag av EEM och Kfast ansvarar DEAB för det praktiska arbetet. Uppdraget innefattar att samordna och förbereda sponsringsärenden till sponsringsgruppen och hålla ihop sponsringsarbetet gentemot bolagens genomförandeorganisationer samt ansvara för löpande kontakter och etablering av bra relationer med föreningar.

Bolagen ansvarar för utformning, planering och resurser för aktivering och genomförande av motprestationer samt säkerställer att motprestationer utnyttjas i bolagskoncernen.

Respektive bolag ansvarar för uppföljning och att aktivera motprestationer samt skattemässig bedömning för sin del av sponsringsavtal samt för sammanställning till kommunföretag.

## 10. Avtal- tecknande av avtal

Avtalspart ska förutom krav i avsnitt 6, sköta skatter och avgifter, ha en sund ekonomi och agera som goda förebilder samt aktivt motverka mobbning.

- *Grupp 1*  
Treåriga avtal eftersträvas med elitföreningar. Vid nedflyttning från elitserien gäller följande:
  - ♦ År ett (*efter att föreningen gått ut från elitserien*) får föreningen behålla hela sponsringsbeloppet enligt avtal.
  - ♦ År två (*efter att föreningen gått ut från elitserien*) görs en omprovning av sponsringsbeloppet och avtalsinnehåll.

Avtal inom avsnitt 8, Beslutsgång, undertecknas av sponsringsgruppens berörd/berörda representanter på delegation eller efter beslut. Motivet är att påskynda processen och att avlasta vd i respektive bolag.

Utbetalning till elitföreningar grupp 1, sker månadsvis med en tolfedel (1/12) enligt avtal.

- *Grupp 2-4 (belopp  $\geq$  50 tkr)*

Här skrivs ett enklare avtal på 1-3 år. Avtal undertecknas på samma sätt som ovan.

Avtal/utkast avseende moprestationer ska finnas innan beslut fattas.

## 11. Motprestationer

I varje avtal, oavsett beloppens storlek, ska krav alltid ställas på motprestation. Brister avseende leverans av motprestationer kan leda till att sponsringssamarbetet upphör.

Krav på motprestation är en absolut förutsättning för att sponsringen ska räknas som en avdragsgill kostnad av Skatteverket.

Till varje avtal ska ett underlag som redovisa vårt bedömda marknadsmässiga värde tas fram.

Endast styrelsen kan fatta beslut om icke skattemässigt avdragsgill sponsring om sponsringen bedöms ge andra värde för Eskilstuna eller bolagen. Bidraget betraktas då helt eller delvis som gåva.

Vid avtalsskrivning inom *Grupp 1* ska EEM, Kfast och ELE synliggöras.

Exponering av bolagens varumärken ska eftersträvas vid utformning av motprestationer i olika avtal efter behov och önskemål från respektive bolag.

Respektive bolag ansvarar för att utnyttja den motprestation som parterna kommit överens om i avtalet.

## 12. Rapportering

Uppföljning sker mot de överenskomna motprestationerna i avtalet samt den affärsnytta som avtalet har skapat. Sponsorsamarbetspartner lämnar en skriftlig rapport, enligt kommunföretags rapporteringsmall, efter avtalets slut, eller minst en gång per år vid fleråriga avtal. Kommunföretag ansvarar för att följa upp sponsringsarbetet mot mål och budget och rapporterar årligen, i samband med årsredovisning, till kommunföretags styrelse.

## 13. Ansökning

Ansökan om sponsring kan ske med ansökningsformulär. Formuläret ska finnas på kommunföretags och dotterbolagens hemsidor. Ansökningar skickas till kommunföretag. Ansökan som kommer in till enskilt bolag, skriftligt eller muntlig, ska vidarebefordras till kommunföretag.

Identifiering av sponsringspartners kan även ske genom aktiv inventering av föreningar och verksamheter som bedöms positiva att stödja och förknippas med.