

Givande och mottagande av sponsring

Riktlinjer

Fastställt av	Barn- och utbildningsnämnden
Datum för fastställande	2020-01-29
Giltighetstid	Tills vidare
Ansvarig funktion	Stabschef
Diarienummer	BUN-2019-00947
Målgrupp	Medarbetare inom barn- och utbildningsförvaltningen

Enligt beslut i barn- och utbildningsnämnden 29 januari 2020 är det skoldirektör som reviderar och fastställer framtida versioner av denna riktlinje.

Innehållsförteckning

1	Sammanfattning	3
2	Gemensamma förutsättningar för givande och mottagande av sponsring	3
2.1	Regelverk och lagstiftning	4
2.2	Kriterier och bedömning	5
3	Sponsring	5
3.1	Givande av sponsring	5
3.2	Mottagande av sponsring	6
3.3	Avgränsningar	6
4	Hur går det till?	6

1 Sammanfattning

Dessa riktlinjer är framtagna för att ge vägledning för barn- och utbildningsnämndens förhållningssätt vad gäller mottagande och givande av sponsring för barn- och utbildningsförvaltningen.

Begreppet sponsring finns inte reglerat i någon författning och det finns inte heller något förbud för sponsring inom offentlig verksamhet, varför det är av vikt att reglera hanteringen av sponsringen i dessa riktlinjer. Det kan dessutom vara en komplicerad fråga som tangerar bland annat etiska, pedagogiska, juridiska och politiska frågeställningar.

Barn- och utbildningsförvaltningen, i egenskap av kommunal förvaltning och myndighet, måste ta hänsyn till och stöd av relevanta författningar. Vidare är det av vikt att vårt arbete och våra åtaganden genomsyras av våra kommunala värderingar, mål och visioner.

Sponsring inom barn- och utbildningsverksamheten ska vara ett samarbete med externa aktörer med ledorden mod, öppenhet och helhetsyn i fokus.

Föreliggande riktlinjer har för avsikt, att från barn- och utbildningsnämndens sida, förenkla och ge vägledning i kontakten med företag, organisationer och övriga externa aktörer i samhället i fråga om utbyte av tjänster, varor eller pengar mot en motprestation.

2 Gemensamma förutsättningar för givande och mottagande av sponsring

Det finns ett antal förutsättningar och kriterier som ska uppfyllas för att barn- och utbildningsförvaltningen ska sponsra eller bli sponsrad. Barn- och utbildningsnämndens ståndpunkt är att den kommunala skolan ska finansieras så långt som möjligt med skattemedel och det ska inte vara en uppgift att aktivt söka sponsring. Vid givande av sponsring är det av största vikt att man har i åtanke att verksamheten förknippas med en extern aktör vilket kan påverka ens varumärke. Sponsringssamarbete ska alltid föregås av en avvägning huruvida sponsringen är proportionerlig i förhållande till motprestation och exponering. Det är av vikt för att säkerställa att all sponsring är likvärdig, förenlig med våra värdeord, värdeskapande samt gynnsam för båda parter i samarbetet.

Vid bedömning huruvida det föreligger möjlighet till sponsring ska man ha det ovannämnda i beaktande liksom **att** motparten man väljer att samarbeta med:

- har en verksamhet som är förenlig med skolans värdegrund, samt delar barn- och utbildningsnämndens och Sundsvalls kommuns vision och mål.
- drivs seriöst. Beroende på vilken typ av verksamhet det är, kan krav ställas på att det finns kollektivavtal, att de betalar skatter och avgifter, i vilken form verksamheten bedrivs osv.
- följer god marknadsföringssed. Innehåller det sponsrade materialet reklam, förmånserbjudanden eller annan aktiv marknadsföring?
- inte uppmanar den grupp man vänder sig till att köpa företags/organisationens tjänster eller varor.

2.1 Regelverk och lagstiftning

Det finns inget förbud mot sponsring inom barn- och utbildningsförvaltningens verksamhetsområde, däremot måste man förhålla sig till ett antal regelverk. Nedan följer kort de viktigaste som man ska ha i beaktande innan man ingår ett sponsringssamarbete.

Regeringsformen – Kommuner är bundna av likhets- och objektivitetsprincipen, i 1 kap 9 § regeringsformen. Där stadgas det att alla ska behandlas lika inför lagen och att kommunerna ska iaktta saklighet och opartiskhet i sin verksamhet. Innebörden av detta är att varken mottagande eller givande av sponsring får innebära att objektiviteten kan ifrågasättas.

Kommunallagen – Varje nämnd är ansvarig för sitt verksamhetsområde och det är viktigt att sponsringen inte påverkar eller inskränker det politiska handlingsutrymmet. Sponsringen får inte medföra ett beroendeförhållande till sponsorn och ett samarbete får inte heller innebära ett otillåtet stöd till enskilda.

LOU – Lagen om offentlig upphandling kan ibland bli aktuell om ett avtal innehåller ömsesidigt förpliktande ekonomiska villkor och avse en upphandlande enhets köp, leasing, hyra eller hyrköp. Ibland kan det i samband med sponsringsavtal vara aktuellt med upphandling.

Marknadsföringslagen – Gäller om ett sponsringsavtal leder till kommersiell marknadsföring, det vill säga reklam. God marknadsföringssed gäller därmed för all reklam och ska i sådana fall kunna identifieras som reklam. Framförallt om marknadsföringen vänder sig till barn och unga. Den största skillnaden mellan reklam och sponsring är att vid sponsring får meddelandet endast innehålla uppgift om vem som står bakom sponsringen.

Skollagen och dess läroplaner – Förskolans och skolans verksamhet ska utformas i överensstämmelse med grundläggande demokratiska värderingar och de mänskliga rättigheterna. All typ av sponsring ska vara förenlig med

skolans värdegrund. Det är vidare föreskrivet i läroplanen för grundskolan att man ska samverka med arbetslivet och närsamhället i ett led för utbildning av hög kvalitet.

2.2 Kriterier och bedömning

Förutom de ovannämnda förutsättningarna, ska alla sponsringssamarbeten harmonisera med Sundsvalls kommuns värdeord: mod, öppenhet och helhetsyn och bidra till barns och elevers livslånga lärande och utveckling. Vi bedömer även hur man arbetar med mångfald och jämställdhet och främjandet av dessa frågor för barn- och utbildningsverksamheten.

Sponsringen ska vara till gagn för barn och elever och präglas av goda relationer och nära möten och samarbeten som bidrar till att lyfta verksamheten.

3 Sponsring

Givande av sponsring innebär att verksamhet inom barn- och utbildningsförvaltningen kan få sitt namn och varumärke exponerat, genom att stödja en organisation, ett företag eller ett enskilt evenemang. Den vanligaste formen är att man bidrar ekonomiskt för att marknadsföra sitt varumärke och namn i olika sammanhang.

Med mottagande av sponsring avses mottagande av material och aktiviteter, varor och tjänster som erbjuds verksamheten gratis eller mot rabatterat pris. Den mottagande verksamheten gör en motprestation genom att exponera det givande företagets namn.

3.1 Givande av sponsring

För att bli sponsrad av barn- och utbildningsförvaltningen gäller förutsättningarna i dessa riktlinjer och att ett avtal upprättas. Det är dessutom av vikt att sponsringen främjar förvaltningens varumärke och stärker verksamheten.

Alla inkomna erbjudanden om givande av sponsring, som inte gäller specifika verksamheter, skolor eller områden, ska hanteras av barn- och utbildningsförvaltningens stabschef för att säkerställa att sponsringen uppfyller de kriterier som är uppsatta och skapar mervärde för förvaltningen.

Alla sponsringssamarbeten ska följa beloppsgränserna fastställda för sponsring, som man finner i nämndens delegationsordning

3.2 Mottagande av sponsring

I barn- och utbildningsnämndens delegationsordning framgår vilka beslutsfattare rätten att teckna sponsoravtal tillfaller samt vilka beloppsgränser som gäller.

Vid mottagande av sponsring får det inte föreligga misstanke om muta eller otillbörliga personliga förmåner. Vid tvekan huruvida man ska ta emot sponsring ska kontakt tas med barn- och utbildningsförvaltningens stabschef.

3.2.1 Informationsmaterial och läromedel

Informationsmaterial och läromedel är undantagna dessa riktlinjer och för undervisningsmaterial vilar ansvaret på pedagogerna. Även för denna typ av sponsring gäller att man ska följa de uppsatta krav som följer av denna policy. Dock behöver man inte följa arbetsgången i avsnitt 4.

3.3 Avgränsningar

All form av elitsponsring, det vill säga sponsringssamarbeten med idrottsföreningar eller idrottspersoner på elitnivå, samordnas via Stadsbacken och sköts via Näringslivsbolaget. Det innebär att sådana förfrågningar avslås.

Barn- och utbildningsförvaltningen ingår inte i sponsringssamarbeten som kan antas ha politiska eller konfessionella inslag. Sponsring från eller till företag som säljer/representerar tobak, alkohol och droger accepteras ej.

Barn- och utbildningsförvaltningen ger inte sponsring om mottagaren inte uppfyller dessa riktlinjers förutsättningar och kriterier. Vidare ingår barn- och utbildningsförvaltningen inte i sponsorsamarbeten om tid och resurser saknas och inte heller samarbeten med enskilda personer.

4 Hur går det till?

Den som vill ingå i ett sponsorsamarbete ska ta kontakt med den chef som detta samarbete berör. Gäller samarbetet den övergripande förvaltningen ska man kontakta förvaltningens stabschef. Detta gäller även vid osäkerhet vem man ska vända sig till.

När man avser att ingå ett sponsorsamarbete ska det regleras i skriftliga avtal. Dessa avtal ska innehålla bland annat följande:

- Namn, adress, eventuellt organisationsnummer
- Kontaktpersoner

- Syfte med sponsringen
- Aktiviteten och motprestationen
- Sponsors och mottagarens åtagande
- Avtalstid
- Formen för uppsägning av avtalet
- Ansvar vid inställda evenemang
- Formen för eventuell lösning av eventuell tvist
- Uppföljning och utvärdering

Dessa avtal och beslut om sponsring ska diarieföras samt delegationsanmälas i enlighet med bestämmelserna i delegationsordningen.