

Ärendenr  
2020-84.003

# Policy för Tibro kommuns sponsring

Dokumenttyp:	Styrdokument – Policy
Beslutat av:	Kommunfullmäktige 2020-03-30 § 41
Gäller för:	Tibro kommun
Gäller från och med:	2020-04-01
Tidpunkt för aktualisering:	2024
Dokumentägare:	IT- och kommunikationschef



## Innehållsförteckning

Inledning och syfte .....	3
Vad kan kommunen sponsra .....	3
Evenemang .....	4
Idrottssponsring .....	4
Övrig sponsring .....	4



## Inledning och syfte

Tibro kommun är en kommun vars målsättning är att vara en attraktiv plats för såväl boende, besökare som för företag. Ambitionen är att Tibro ska kunna hävda sig i den nationella konkurrensen om kvalificerad arbetskraft, företag och besökare genom att tillhandahålla goda förutsättningar för boende, företagande och besök. För att ett nationellt såväl som regionalt intresse för Tibro ska kunna bibehållas måste kommunen kontinuerligt utvecklas och marknadsföras.

Den sponsrade ska bedriva samhällsnyttig verksamhet och den sponsrade verksamheten, aktiviteten eller evenemanget ska vara tillväxtfrämjande. Det ska vara positivt för kommunen att kopplas samman med den sponsrade och den verksamhet, aktivitet eller evenemang som sponsringen avser.

## Vad kan kommunen sponsra

Kommunen kan genom sponsring marknadsföra och profilera sig. Sponsring kan riktas mot aktiviteter som:

- Evenemang
- Idrottssponsring
- Övrig sponsring

Sponsring är när en organisation eller person betalar kostnaderna för hela eller delar av en verksamhet och som i ersättning får möjlighet att göra reklam eller PR i någon form. Sponsring är en affärsmässig överenskommelse till ömsesidig nytta för parterna. Genom att sammankopplas med ett evenemang av stort allmän- eller samhällsintresse stärker sponsorn sin image och trovärdighet.

Sponsor kallas den, som ekonomiskt stöder en annan verksamhet där det som motprestation ger ett reklam- och marknadsföringsvärde.

Bidrag är en annan form av ekonomiskt stöd, men det skiljer sig från sponsring på det sättet att bidragsgivaren inte får något i utbyte. Ett bidrag är att ses som en gåva.

Kommunen sponsrar inte enskilda personer, företag, religiösa samfund, politiska partier, kommunalägda bolag eller jubileum. Undantag kan göras om ett företag ikläder sig rollen som evenemangsarrangör.



## Evenemang

Evenemang har en viktig roll som varumärkesförstärkare, men också som marknadsföringskanal för att locka både tidigare och nya gäster till Tibro. För Tibro som mötesplats och upplevelsekommun är det nödvändigt att arrangemangen sätts in i den kommungemensamma helheten. Detta innebär att alla de evenemang som genomförs av kommunen och av externa aktörer kan betraktas som en samlad resurs med det övergripande målet att stärka kommunens attraktionskraft och därmed den lokala ekonomiska tillväxten och samhällsutvecklingen.

Syftet för kommunen att sponsra ett evenemang är att ge arrangören en ökad möjlighet att utveckla och förbättra evenemanget och att göra det tillgängligt för en större publik. Detta kan ge positiva effekter för kommunen genom att antalet besökare ökar och med det följer också ofta det mediala intresset för evenemanget och därmed också intresset för kommunen.

Evenemangen:

- vänder sig till en stor målgrupp (deltagare och/eller publik)
- har en regional och eller nationell attraktionskraft

## Idrottssponsring

Kommunen kan sponsra föreningar med idrottare av A-landslagsklass som kan bidra till att Tibro marknadsförs på ett bra och tydligt sätt utanför kommunens geografiska gränser. Kommunen gör detta för att belysa och lyfta fram att man har idrottslig framgång samt att dessa representanter ska vara goda förebilder för att även locka besökare till orten.

Kommunen kan sponsra föreningar som har lag i sådan division eller enskilda utövare i sådan klass som kan anses vara av större medialt intresse utanför regionen. Kommunen gör detta för att belysa och lyfta fram att man har en idrottslig bredd samt att dessa representanter ska vara goda förebilder för att även locka besökare till orten.

## Övrig sponsring

Det som bör genomsyra besluten gällande övrig sponsring är den sponsrade aktivitetens mediala intresse och genomslagskraft. Nedan redovisas några exempel då övrig sponsring kan komma i fråga:

- Då kommunen ikläder sig rollen som värd för någon del i ett arrangemang
- Då en individ, organisation eller motsvarande agerar ambassadör på kommunens vägnar vid exempelvis utlandsbesök.
- Då kommunen vill öka sin attraktionskraft vid konvent eller liknande på annan ort.
- Då kommunen väljs som inspelningsort av större radio-, tv- eller filmproduktioner.