



## Riktlinjer för sponsring

|                            |                                                                                                                                                          |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Dokumenttyp</b>         | Riktlinjer                                                                                                                                               |
| <b>Dokumentnamn</b>        | Riktlinjer för sponsring                                                                                                                                 |
| <b>Antagen av:</b>         | Kommunfullmäktige 2026-03-23                                                                                                                             |
| <b>Diarienummer</b>        | KK 2026-000082 003                                                                                                                                       |
| <b>Giltighetstid</b>       | Tillsvidare                                                                                                                                              |
| <b>Gäller för</b>          | Avesta kommun                                                                                                                                            |
| <b>Sammanfattning</b>      | Beskriver hur Avesta kommun ska bedöma, besluta, avtala, dokumentera och följa upp sponsring. Riktlinjerna kompletterar policyn för sponsring och gåvor. |
| <b>Granskad</b>            | Juristfunktionen, Ekonomifunktion                                                                                                                        |
| <b>Reviderad</b>           |                                                                                                                                                          |
| <b>Dokumentansvarig</b>    | Kommunstyrelsen                                                                                                                                          |
| <b>Webbansvarig</b>        | Kommunstyrelsen                                                                                                                                          |
| <b>Publiceras</b>          | Extern och intern webb                                                                                                                                   |
| <b>Relaterade dokument</b> | Delegationsordning, upphandlingspolicy och riktlinjer mot mutor och jäv.                                                                                 |

## 1. Inledning

Dessa riktlinjer kompletterar Policy för sponsring, gåvor och donationer och beskriver hur sponsring ska hanteras i praktiken inom Avesta kommun. Riktlinjerna gäller både när kommunen är mottagare av sponsring och när kommunen är sponsor. För detaljer om beslutsnivåer se policy.

## 2. Definition och avgränsning

### 2.1 Sponsoravtal

Sponsoravtal är ett affärsmässigt avtalsförhållande med ömsesidiga förpliktelser där en part tillhandahåller kontanta medel, varor eller tjänster och den andra parten tillhandahåller en avtalad motprestation.

### 2.2 Avgränsning

Riktlinjerna gäller endast sponsoravtal. Upplägg utan avtalad motprestation är gåva/donation och hanteras enligt Riktlinjer för gåvor och donationer. Andra upplägg omfattas inte av dessa riktlinjer.

Följande är inte heller sponsring:

Kommersiell marknadsföring - För att anses vara sponsring får reklam eller annan exponering endast innehålla uppgift om vem som står bakom sponsringen, t.ex. genom att företagsnamnet nämns.

Om den sponsrade även exponerar uppgifter om sponsorns verksamhet, produkter eller erbjudanden, handlar det om kommersiell marknadsföring.

Upphandling - Motprestationen kan aldrig bestå av krav på inköp av varor eller tjänster från sponsorn. I sådant fall är det att betrakta som upphandling och då ska lagen om offentlig upphandling tillämpas.

Samverkan – Sponsring kan vara en del av en samverkan. Samverkan är dock ett större begrepp som avser gemensamt handlande för ett gemensamt mål. Vid samverkan behöver parterna träffa ett samverkansavtal som fastställer mål och åtaganden. Under förutsättning att alla parter bidrar ett projekt och att det inte är fråga om att någon part får en motprestation i form av pengar, varor eller tjänster t ex i form av reklam, ifrån någon av de andra parterna, rör det sig inte om sponsring.

## 3. Grundprinciper

Vid alla sponsoravtal ska följande principer tillämpas:

- Kommunen får inte komma i beroendeställning till en sponsor. Sponsorstödet får endast vara ett komplement till ordinarie verksamhet och budget.
- Sponsoravtal får inte påverka - och det får inte ens uppstå misstanke om påverkan - på kommunens beslut eller prioriteringar.
- Sponsoravtal ska vara skriftliga och diarieföras; kommunen ska kunna redovisa ingångna avtal vid behov.
- Aktörer ska bedömas enligt samma principer och kommunen ska undvika att skapa otillbörliga konkurrensfördelar.
- Sponsor får inte ges ensamrätt att leverera varor eller tjänster till kommunen utanför det aktuella avtalet.
- Kommunen får inte informera om eller marknadsföra enskilda näringsidkares produkter och tjänster.
- Sponsoravtal får inte förekomma i myndighetsutövande verksamhet.

- Rese- och logikostnader för kommunens medarbetare ska alltid bekostas av kommunen vid besök hos, eller resor med, leverantörer eller anbudsgivare.
- Sponsring i form av varor och tjänster får inte ske i strid med lagen om offentlig upphandling eller kommunens inköspolicy och riktlinjer för inköpsverksamhet. Sponsring med varor eller tjänster mot synlighet i form av namn eller logotyp innebär normalt inte att avtalet måste upphandlas enligt LOU men en bedömning måste göras i varje enskild situation.
- Kommunen tar inte emot sponsring, inklusive kostnadsfria tjänster eller tjänster till underpris, från tidigare, befintliga eller potentiella leverantörer eller anbudsgivare om det finns ett nära tidssamband (hindrar inte köp enligt gällande upphandlingsregler). Undantag kan i vissa fall göras om det inte finns något samband med leverantörsrelationen eller avtalsinnehåll i befintliga eller potentiella avtal.
- Sponsring som riktas till eller används i verksamhet för barn och unga får tas emot endast om den inte innehåller eller förutsätter kommersiell marknadsföring/påverkan riktad till barn och unga (t.ex. utdelning av varuprover, reklambudskap eller varumärkesexponering i material/aktiviteter).
- Sponsring ska vara förenlig med kommunens värdegrund och mål och får inte strida mot någon av de sju diskrimineringsgrunderna.

#### **4. Krav på sponsorer och sponsormottagare**

Innan sponsoravtal tecknas ska en bedömning göras av att motparten kan accepteras ur ekonomisk, etisk och hållbarhetsmässig synpunkt. Kommunen ska avstå från sponsoravtal om motparten, eller dess företrädare i ledande ställning (styrelseledamot, vd eller firmatecknare):

- har förfallna och obetalda skatter eller sociala avgifter eller är i konkurs/likvidation/rekonstruktion,
- har lagakraftvunnen dom eller lagakraftvunnet myndighetsbeslut om allvarlig eller upprepad lagöverträdelse som är relevant för bedömningen av aktörens seriositet och lämplighet,
- har lagakraftvunnen dom eller lagakraftvunnet myndighetsbeslut om allvarlig eller upprepad överträdelse av miljö- eller arbetsmiljölagstiftning eller om diskriminering enligt gällande rätt,
- är ett politiskt parti eller en religiös organisation,
- är anonym eller inte kan uppvisa transparent ägar- och finansieringsstruktur.

Kommunen ska inte heller acceptera kostnadsfria tjänster eller tjänster till underpris, från tidigare, befintliga eller potentiella leverantörer eller anbudsgivare (hindrar inte köp enligt gällande upphandlingsregler).

Kommunen kan genomföra proportionerliga kontroller av tänkta sponsorer eller sponsormottagare innan sponsoravtal tecknas. Kontroller bör i första hand avse den juridiska personen och uppgifter från allmänt tillgängliga källor. När kontroller omfattar personuppgifter ska berörda fysiska personer informeras enligt dataskyddsförordningen (GDPR, artiklarna 13-14) i samband med att kontakt inleds och innan kontrollen genomförs.

#### **5. Kommunen som mottagare av sponsorstöd**

##### **5.1 Inriktning**

När kommunen tar emot sponsring ska insatsen stödja en planerad inriktning och vara till nytta för kommunen och lokalsamhället. Sponsring bör företrädesvis ske i form av varor och tjänster. Värdet av det

som sponsorn tillhandahåller ska överstiga kommunens kostnader och arbetsinsats för sponsringssamarbetet.

Tänkbara samarbeten och motprestationer för sponsring och gåvor inom ramen för arbetet med nytt konstmuseum.

## 5.2 Tillåtna motprestationer

Kommunens motprestation ska vara saklig och begränsas till det som framgår av avtal. Den huvudsakliga motprestationen är synlighet genom namn och logotyp, exempelvis:

- upplysning om att en aktör sponsrar ett evenemang/projekt (t.ex. 'Med stöd av ...'),
- namn/logotyp i program, på webbsida eller i material där kommunen är avsändare, under förutsättning att det tydligt anges att det avser sponsorinsats.

Motprestationen får inte innebära reklam för produkter eller tjänster. I material där kommunen är avsändare ska därför motpartens produktinformation, erbjudanden eller uppmaningar till köp inte förekomma.

## 5.3 Upphandling (LOU) och inköpsregler

Sponsring i form av varor och tjänster får inte ske i strid med lagen om offentlig upphandling eller kommunens inköps- och upphandlingsstyrning. Om sponsringsupplägget innebär ömsesidigt förpliktande villkor som kan utgöra ett köp/byte (t.ex. barteravtal) ska upphandlingsfunktion kontaktas för bedömning innan avtal tecknas.

## 5.4 Särskilt om barn och unga

Vid projekt eller aktiviteter som riktar sig till barn och unga ska kommunen vara särskilt restriktiv. Sponsringen får inte vara vilseledande eller dra nytta av barns och ungas bristande erfarenhet. Kommunens material ska vara reklamfritt i sak och endast innehålla neutral upplysning om sponsor (namn/logotyp).

## 6. Kommunen som sponsor

När kommunen lämnar sponsring ska det vara ett led i att förverkliga kommunens målsättningar och bidra till att stärka Avesta som plats. Sponsring ska inte användas som ett generellt stöd och får inte innebära ett otillåtet individuellt stöd till enskild näringsidkare.

Sponsring kan endast lämnas om:

- syftet är tydligt och ligger inom kommunens befogenheter,
- motprestationen är relevant och proportionerlig (exempelvis synlighet för Avesta kommun eller möjlighet att presentera kommunen),
- risken för jäv, otillbörlig påverkan eller förtroendeskada bedöms som låg och hanterbar,
- beslut fattas av behörig nivå enligt delegationsordningen.

## 7. Handläggningsordning

Följande steg ska som utgångspunkt följas vid sponsringsärenden:

- Initiera ärende: beskriv syfte, objekt, motpart, uppskattat värde och önskad motprestation.

- Förhandsbedömning: säkerställ kommunnytta, laglighet, ingen koppling till myndighetsutövning samt att inga varningssignaler föreligger.
- Samråd: vid behov involveras juridik, ekonomi och upphandling innan förslag tas fram.
- Beslut: fattas av behörig beslutsfattare enligt delegationsordning; större eller principiella ärenden lyfts till politiskt organ.
- Avtal: sponsoravtal ska alltid vara skriftligt och undertecknas av behörig delegat.
- Diarieföring och register: avtal diarieförs och registreras så att det går att söka och följa upp.
- Uppföljning: säkerställ att motprestation levereras och dokumentera utfall innan förlängning eller nytt avtal.

## **8. Krav på sponsoravtal (minimikrav)**

Ett sponsoravtal ska som minst innehålla:

- avtalsparter och kontaktpersoner,
- bakgrund, syfte och mål med sponsoravtalet,
- sponsorns åtagande (belopp och/eller specificerade varor/tjänster) och värdering,
- kommunens motprestation och hur den ska genomföras (vad, var, när, hur),
- avtalstid, uppsägning och villkor vid inställt arrangemang eller utebliven leverans,
- villkor om varumärkesanvändning (kommunens logotyp, grafisk profil),
- uppföljning och rapportering (vad som ska redovisas och när),
- rätt till uppsägning vid förtroendeskadliga omständigheter,
- tvistlösning.

Sponsringsavtal är en allmän handling och ska diarieföras. Uppgifter som omfattas av sekretess hanteras enligt offentlighets- och sekretesslagstiftningen.

## **9. Uppföljning**

Avtalande part ansvarar för att sponsringens genomförande och effekt följs upp tillsammans med motparten. Uppföljning ska dokumenteras och användas som underlag inför beslut om förlängning eller nytt avtal.