

## RIKTLINJER FÖR SPONSRING.

Dessa riktlinjer är beslutade av Tekniska nämnden och gäller för Fastighets- och gatukontoret.

Sponsring definieras i dessa riktlinjer som ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för två eller flera parter. Sponsringen bygger på ett avtal där ett företag betalar för affärsmässiga och kommersiella rättigheter att utnyttja en association med t.ex. ett arrangemang, ett projekt eller en verksamhet. Har inga krav på motprestation avtalats är det inte sponsring, utan fråga om gåva eller donation.

### 1. Sponsring inom Malmö stad

Utgångspunkt för riktlinjerna är de beslut kring sponsring som antagits av kommunfullmäktige<sup>1</sup> samt de rekommendationer och regelverk som gäller för offentlig verksamhet inom detta område. Arbetet med sponsringsarbeten ska svara upp mot aktuella kommunfullmäktigemål.<sup>2</sup>

### 2. Syfte

Syftet med riktlinjer för sponsring för Fastighets- och gatukontoret är att:

- Tydliggöra Tekniska nämndens syn på förvaltningens arbete med sponsring
- Vara ett stöd vid bedömning av aktuella eller tänkta sponsorsamarbeten
- Underlätta arbetet genom klara och entydiga riktlinjer kring förutsättningar, möjligheter och begränsningar

Med gemensamma riktlinjer skapas struktur och tydlighet kring arbetet med sponsring, och hur detta möjliggör strategiska och långsiktiga partnerskap. Syftet är även att säkerställa att sponsringsarbeten sker i enlighet med gällande lagstiftning och Malmö stads regelverk.

Fastighets- och gatukontoret ska fokusera på sponsringsarbeten som bidrar till förvaltningens arbete med arrangemang i det offentliga rummet. Genom dessa samarbeten stärks förvaltningens möjligheter till utveckling av dessa arrangemang, vilket i slutändan ska leda till att detta kommer Malmöborna till gagn.

---

<sup>1</sup> Relevanta beslut fattade i kommunfullmäktige, Malmö Stad; D314/96 - "Sponsring ur kommunal synvinkel" - här beslutades att promemorian "Sponsring - är det möjligt?" får tjäna som en vägledning för nämnderna vid beslut i olika frågor om sponsring - samt D625/2003 (4 feb 2004), där beslut fattades kring riktlinjer för sponsring av Malmös skolor

<sup>2</sup> Aktuella kommunfullmäktigemål tagna ur Budget 2019.

### 3. Önskade effekter

- Satsningen på sponsorsamarbeten ska stärka redan beslutade satsningar, och skapa ett ökat utrymme för arrangemang, som annars inte hade kunnat genomföras i önskad omfattning.
- Samarbeten med lokalt, regionalt och nationellt näringsliv ska ge ett ökat kunskaps- och erfarenhetsutbyte för alla parter. Fastighets- och gatukontoret får tillgång till, och kan dra lärdom av, andras kunskaper och kan därmed få en ökad egen kompetens.
- Sponsringsarbetet kommer att stärka bilden av förvaltningen som en proaktiv organisation, en intressant samtalspart för näringsliv och universitet/högskola, och en attraktiv arbetsplats.

### 4. Vad innebär ett sponsringssamarbete med Fastighets- och gatukontoret?

All sponsorverksamhet som berör Fastighets- och gatukontoret ska präglas av öppenhet och transparens.

Fastighets- och gatukontorets verksamheter har högt förtroende hos allmänheten och de förknippas med positiva värden såsom kvalitet och kreativitet, vilket skapar ett högt associationsvärde. Dessa värden ska lyftas fram när samarbeten inleds med externa partners.

Fastighets- och gatukontoret ska vara en progressiv samarbetspart för näringslivet, nationellt och regionalt, och bidra till och stärka de positiva associationer som allt fler upplever om staden Malmö.

Malmö stad arbetar för att bli en, ur alla aspekter, hållbar stad - socialt, ekonomiskt och ekologiskt. Fastighets- och gatukontoret önskar samarbeta med företag och organisationer som delar och värnar om de värden och mål som Malmö stad och förvaltningen står för.

Arbetet med sponsring svarar främst upp mot mål nr 7 i de Kommunfullmäktigemål, som anges i den aktuella budgeten 2019:

#### **7. EN AKTIV OCH KREATIV STAD.**

***I Malmö ska alla kunna utvecklas och stärkas med hjälp av ett meningsfullt fritids- och kulturliv.***

*Malmö ska vara en attraktiv och framgångsrik fritids- och kulturstad. Ett varierat utbud både i kommunens regi och i föreningslivet ska erbjudas, där Malmöbor med olika bakgrund kan mötas. Med aktiviteter i hela staden ser vi fritiden och kulturen som en viktig hållbarhetsfaktor. Vi vill att barn och unga ska ha rätt att ta del av ett rikt fritids- och kulturliv samt möjlighet att skapa själva. Detta gör Malmö attraktivt för boende, besökare och företag.*

Malmö har som första svenska kommun fattat beslut om att göra FN:s globala hållbarhetsmål till ledstjärnor i det lokala arbetet. Arbetet med sponsring ligger i linje med delmål 17 i dessa globala mål för hållbar utveckling:

- *Uppmuntra och främja effektiva offentliga och offentlig-privata partnerskap samt partnerskap inom det civila samhället vilka bygger på erfarenheterna från andra partnerskap och deras finansieringsstrategier.*

## 5. Avgränsningar och ställningstaganden inför sponsringssamarbeten

Vid externa samarbeten och sponsring måste allmänhetens förtroende beaktas, så att Fastighets- och gatukontoret hanterar sina uppdrag korrekt, objektivt och effektivt. Om det skulle finnas en uppfattning om att ett avtal innebär en intressekonflikt, risk för jävsliknande situationer eller otillbörlig påverkan, kan detta negativt påverka förtroendet för förvaltningen. Därför ska noggranna överväganden alltid göras i samband med sponsring. Det ska inte uppfattas som att förvaltningen förändrar inriktning eller prioriteringar av verksamheten enbart för att locka fler sponsorer.

En sponsor kan inte heller ges ett avgörande inflytande i beslutsprocesser, eller en exklusiv rätt att samarbeta med förvaltningen (exempelvis genom att avtalet hindrar eventuella samarbeten eller avtal med andra företag, som verkar i samma bransch som sponsorn.)

Vid projekt eller evenemang som riktar sig till barn, ställs ännu högre krav på sponsringssamarbeten. Sponsringen får inte vara vilseledande, ge intryck av att innehavet av en produkt ger ett övertag mot jämnåriga, eller dra nytta av barns och ungdomars eventuellt bristande erfarenheter eller färdigheter.

Alla potentiella samarbetspartners ska ges samma möjlighet att få information om aktuella och kommande samarbeten, och denna information ska vara den samma för alla aktörer. I varje upphandlingssituation måste den upphandlande enheten iaktta opartiskhet i sitt bemötande av ett sponsrande företag som deltar i upphandlingen, och sponsringen får inte påverka LOU:s huvudregel om affärsmässighet att anbudsgivare, anbudssökande och anbud ska behandlas utan ovidkommande hänsyn.

Det finns två områden där en offentlig förvaltning som avser att ingå sponsoravtal, bör vara uppmärksam:

- Det finns en risk att allmänhetens förtroende kan skadas, om det skulle uppstå misstankar om jävsliknande förhållanden eller att en sponsors önskemål kan påverka eller styra inriktningen på verksamheten. Risken minskar om alla medborgare kan ta del av förvaltningens arbete med sponsring, samt aktuella samarbetsförslag och ingångna avtal och överenskommelser.
- Det finns en finansiell risk om man förlitar sig på att intäkter från sponsoravtal ska finansiera löpande verksamhet. Detta kan leda till att förvaltningen inte kan fullgöra sina uppgifter om ett sponsoravtal sägs upp eller inte förlängs.

Fastighets- och gatukontoret bör i sponsringsavseende inte samarbeta med:

- politiska partier eller organisationer
- religiösa organisationer
- företag eller organisationer som bedriver verksamhet som uppenbart skadar miljö och/eller människor
- företag eller organisationer som avsiktligt diskriminerar anställda eller kunder p.g.a. kön, etnisk tillhörighet, funktionshinder, sexuell läggning
- företag eller organisationer som anlitar barnarbetare
- företag eller organisationer med etiska värderingar som inte överensstämmer med Tekniska nämndens uppdrag eller mål
- företag eller organisationer som inte fullgjort sina skyldigheter att betala skatter och sociala avgifter.

## **6. Organisation för arbetet med sponsring**

### **6.1. Förslag och beslut om sponsringssamarbeten**

Förslag på sponsringssamarbeten kan initieras såväl av nämnden som inom förvaltningen. Beslut om att ett arrangemang, ett projekt eller en verksamhet inom förvaltningen ska kunna vara aktuellt för sponsring fattas av Tekniska nämnden.

När ett sponsringsbeslut fattats av nämnden, fattas sedan beslut om föreslagna sponsringspaket, innehållet i dessa samt prissättningen för dessa av nämnden.

Beslut att sponsringserbudandena kan publiceras för marknaden - samt beslut om tecknande av avtal om sponsring fattas av nämnden.

### **6.2. Initiativ till sponsringssamarbeten**

Förslag på sponsringssamarbeten kan även initieras från extern aktör, exempelvis potentiell sponsor.

Förslag utvärderas av berörda enheter inom förvaltningen. Ledningsgruppen beslutar om förslag ska presenteras för nämnden.

Beslut om det inkomna och för nämnden presenterade samarbetsförslaget och om avtal kan tecknas fattas av Tekniska nämnden.

### **6.3. Avtal och uppsägning av avtal**

Skriftliga avtal ska alltid upprättas - oavsett samarbetets omfattning.

Beslut om att avsluta och i förtid avbryta ett samarbete, eller att förlänga ett redan gällande samarbete, fattas av nämnden.

#### 6.4. Samordning, stöd och hjälp

Inom Fastighets- och gatukontoret har avdelningen för offentlig miljö en samordnande roll för arbetet med sponsring inom förvaltningen.

Avdelningen bistår ledningsgruppen och fastighets- och gatudirektören i frågeställningar som rör sponsring, och även med att bereda frågeställningar om arrangemang eller projekt aktuella för sponsring till nämnden. Om nämnden beslutat att ett arrangemang eller ett projekt kan bli aktuellt för sponsring, ansvarar avdelningen för att utarbeta presentationer och erbjudanden tillsammans med berörda enheter och projektledare. Avdelningen ansvarar för att beslutade erbjudanden publiceras, och att information om dessa hålls aktuell och tillgänglig för medborgarna, näringslivet, sponsorer och sponsorbyråer.

Avdelningen samordnar arbetet med andra förvaltningar inom Malmö stad och arbetar med nätverk i syfte att diskutera tänkbara projekt och fånga upp samarbetsmöjligheter med flera verksamheter. Avdelningen bjuder in till interna utbildningar och ska vara en väg in för sponsorer som är intresserade av samarbeten, men som inte har etablerade kontakter.

-----  
 (Material som använts i arbetet med dessa riktlinjer är bl.a. Ekonomistyrningsverkets "Sponsring som finansieringskälla"; Statskontorets "Klara villkor för sponsring av statlig verksamhet"; "Sponsring - är det möjligt? En ansats till rättslig bedömning ur kommunal synvinkel" (Malmö Stadskontor 1996); Förslag till policy och riktlinjer för sponsring inom Göteborgs Stad (2012); Riktlinjer för sponsring - Uppsala Universitet (2009); ICAC - "Sponsorship in the public sector"; samt NOU, Nämnden för offentlig upphandling: "Frågan huruvida sponsringsavtal omfattas av reglerna i LOU".

Relevanta beslut fattade i kommunfullmäktige, Malmö stad; D314/96 (8 maj 1996) - "Sponsring ur kommunal synvinkel" - här beslutades att promemorian "Sponsring - är det möjligt?" får tjäna som en vägledning för nämnderna vid beslut i olika frågor om sponsring. D625/2003 (4 feb 2004) beslut kring riktlinjer för sponsring av Malmö skolor.)