



# Policy för marknadsföringssamarbeten

---

## Utgångspunkter

Marknadsföringssamarbeten är ett samarbete som innebär att en part stödjer en annan part med pengar, varor eller tjänster mot någon form av motprestation. Detta är inte detsamma som välgörenhet, sponsring eller bidrag. Det handlar inte heller om stöd för att en verksamhet ska finnas till. Verksamheten riktar sig även till en aktivitet som inte är varaktig över tid, utan tidsmässigt begränsad till en eller ett par perioder.

Respektive parts åtaganden och motprestationer regleras i ett avtal. Marknadsföringssamarbeten ska inte förväxlas med föreningsbidrag, anläggningsbidrag, kulturbidrag samt bidrag till social verksamhet m.m.

Policyn ska verka som ett stöd och verktyg för kommunen i arbetet med att ingå marknadsföringssamarbeten. Dokumentet är vägledande riktlinjer för marknadsföringssamarbeten med externa aktörer.

## Syfte

Alla marknadsföringssamarbeten ska syfta till att stärka varumärket Timrå kommun. Genom aktiviteter där kommunens särdrag och kännetecken exponeras kan vi påverka människors bild av kommunen positivt och därigenom göra kommunen mer eftertraktad. Synliggörande av kommunen i positiva sammanhang gynnar kommunen som helhet.

Marknadsföringssamarbetet ska vara förenligt med kommunens vision och mål. Samarbetet ska präglas av öppenhet och offentligt kunna granskas. Kommuninvånarna ska kunna känna förtroende för att kommunens verksamhet bedrivs på ett oklanderligt sätt.

# Riktlinjer när kommunen ingår i marknadsföringssamarbeten

---

## Förutsättningar

- Aktiviteten har ett direkt samband med och kan förväntas vara till nytta för Timrå kommun,
- Aktiviteten är förenligt med Timrå kommuns vision och varumärke,
- Marknadsföringssamarbetet står i rimlig proportion till motprestation och leder till ömsesidig nytta för parterna,



- Aktiviteten är en publik tillställning som vänder sig till allmänheten,
- Marknadsföringssamarbetet är ett ekonomiskt åtagande för en insats,
- Marknadsföringssamarbetet ska inte ingå med politiska partier eller religiösa organisationer,
- Aktiviteten får inte förknippas med verksamhet som kan vara kontroversiell, oetisk, riskbetonad eller har ett politiskt eller religiöst budskap,

### Bedömningsgrunder

Beslut om samt omfattningen av marknadsföringssamarbetet tas med utgångspunkt i hur följande punkter uppfylls:

- Hur omfattande den positiva massmediala publiciteten kring samarbetsparten och varumärket Timrå kommun förväntas bli i och utanför länet,
- Hur stort antal tillresta deltagare och/eller besökare som förväntas i samband med evenemanget,
- Hur väl samarbetsparten bidrar till positiv publicitet kring Timrå kommun utanför länet,
- Hur mycket samarbetsparten gör för att marknadsföra sig själv och
- Hur väl Timrå kommun tydliggörs i samband med det.

I övrigt tilldelas medel för marknadsföringssamarbeten utifrån förfrågningar och turordning, det innebär att en för sen förfrågan kan innebära att samtliga tillgängliga medel redan är beslutade och utdelade.

## Ansökan och avtal

---

Ansökningarna hanteras av kommunledningskontoret på uppdrag av Kommunstyrelsen, Timrå kommun. Ansökans sista dag sker sista september och sista mars på Timrå kommuns webbplats. Därefter tar kommunledningskontoret beslut om avtalen och samarbeten kommande år. På så vis stärker vi upp och kan förbereda för aktiviteten på ett professionellt sätt.

Skriftligt avtal ska alltid upprättas mellan parterna för att fastställa syfte, omfattning och parternas åläggande gentemot varandra.

### Avtalet ska innehålla:

- Värde (pengar/varor/tjänster)
- Aktiviteten
- Syftet med marknadsföringssamarbetet
- Återrapportering av arrangemanget såsom besökarantal, medial exponering och egen utvärdering en månad efter arrangemanget
- Avtalstid



- Organisationsnummer, namn och adress samt kontaktperson

#### Avtalet ska reglera:

- Förutsättningar för uppsägning av avtalet
- Rätt för kommunen att avbryta ett samarbete av etiska skäl
- Förutsättningar för återbetalning av marknadsföringssamarbetet om arrangemanget ställs in
- Formerna för lösning av eventuell tvist om avtalets tillämpning

## Grundprinciper för avtal

---

Följande grundprinciper gäller för att ett avtal ska kunna slutas mellan Timrå kommun och en annan part:

- Alla marknadsföringssamarbeten ska avse marknadsföring av varumärket Timrå kommun eller From Timrå With Love eller av Timrå kommun annat angivet varumärke.
- Motparten ska visa full öppenhet gentemot Timrå kommun avseende verksamheten och ekonomi och ska skyndsamt lämna ut det material som kommunen efterfrågar, samt besvara de frågor som kommunen ställer. Om så ej sker äger Timrå kommun rätt att med omedelbar verkan säga upp avtalet.
- Ekonomin ska av samarbetsparten redovisas om Timrå kommun önskar.
- Marknadsföringssamarbetet slutas inom befintliga ekonomiska ramar.