

2008-05-15

Riktlinjer för sponsring och mottagande av gåvor för Norrköpings kommuns gymnasieskolor

Allmänna utgångspunkter

Ett utvecklat samarbete mellan skolan och näringslivet är positivt och kan inspirera till nya arbetsformer. Det är också värdefullt att elever får kontakt med näringslivet under skoltiden.

Sponsringen får dock inte komma i konflikt med skolans uppdrag, värdegrund och krav på saklighet och allsidighet.

Sponsring är ett avtal med ömsesidig nytta mellan två eller flera parter där den ena parten (sponsorn) förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor eller tjänster och den andra parten (den sponsrade) tillhandahåller en motprestation.

Gåva är en ensidig rättshandling utan motprestation.

Den vanligaste motprestationen är att sponsorn/företaget/organisationen exponerar sitt namn, eller varans namn på något sätt, t ex på skyltar, på varuautomater, på material etc. Verksamhetens motprestation kan också bestå av att sponsorn får tillgång till skolans lokaler för sammankomster, utbildning eller motsvarande.

Sponsring tar sig idag mer och mer formen som samarbete eller utveckling. Samarbetet kan syfta till att båda parter kan öka sin kompetens eller minska sina kostnader genom att byta tjänster med varandra. Sponsring kan t.ex. innebära att sponsorn tillhandahåller förbrukningsmaterial, lånar ut eller subventionerar maskiner och annan utrustning, tillför kompetens genom att ställa en expert till förfogande för insatser i skolans administration, marknadsföring eller undervisning, erbjuder praktikplatser och studiebesök på företaget etc. Men givetvis kan sponsring även innebära stöd med kontanta medel.

Det är en skillnad mellan sponsring och kommersiell marknadsföring. För att anses vara sponsring får meddelandet endast innehålla uppgift om vem som står bakom sponsringen, t.ex. genom att företagsnamnet nämns, eller uppgift om att företaget får andra förmåner.

Om det dessutom finns någon information om näringsidkarens produkter och verksamhet kan meddelandet vara kommersiell marknadsföring. Då gäller marknadsföringslagens regler.

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. Vid all annan motprestation än en måttlig exponering av företagets eller varans namn skall rektor kontakta stadsjuristen eller upphandlingsenheten för en bedömning av om avtalet omfattas av lagen om offentlig upphandling.

Sponsring eller mottagande av gåva ska regleras genom skriftligt avtal. Avtal träffas av rektorn för varje skola eller motsvarande om värdet av sponsringen eller gåvan uppgår till högst två prisbasbelopp. Vägledning i frågor kring sponsring och gåvor kan lämnas av stadsjuristen.

Vid större sponsringsavtal som t ex omfattar flera skolor eller där värdet uppgår till mer än två prisbasbelopp, ska gymnasienämnden träffa sponsringsavtalet efter samråd med stadsjuristen.

Krav som skall ställas på sponsorer och givare

Vid bedömning av sponsorn/givaren skall följande beaktas.

- Företaget skall bedrivas seriöst, skall betala lagstadgade arbetsgivaravgifter och får inte ha skatteskulder. Kontroll skall göras hos Skatteverket och Kronofogdemyndigheten. Den som står i begrepp att ingå ett sponsringsavtal är skyldig att svara för ovanstående kontroller innan avtal ingås.
- Företagets verksamhet skall vara förenlig med skolans uppdrag och värdegrund.
- Företaget måste följa god marknadsföringssed.

Bedömning av sponsringsaktiviteten/materialet eller gåvan

- Sponsring eller gåvor får endast vara ett komplement till skolans ordinarie undervisning. Skolor och motsvarande verksamheter får inte bli beroende av sponsrat material, tjänster eller utrustning.
- Sponsringsvärdet bör ställas i relation till sponsringens påverkans effekt på eleverna.

- Material, tjänster, aktiviteten, utrustning eller motsvarande får inte strida mot skollag, läroplaner, kurs- och ämnesplaner eller skolans mål och vara förenlig med skolans värdegrund.
- Om sponsringen avser läromedel eller undervisningsmaterial skall ingående fakta och värderingar vara aktuella och opartiska. Läromedel/undervisningsmaterialet får endast inte innehålla reklam, förmånserbjudanden eller annan aktiv marknadsföring.
- Sponsrat material, tjänster, aktiviteter, utrustning eller motsvarande skall inte ha som syfte att uppmuntra elever, föräldrar eller andra till inköp av företagets varor eller tjänster.

Skolans motprestation kan vara att:

- ge utrymme för exponering av sponsorns produkter
- exponera företagets och/eller varans namn på olika sätt i skolan/verksamhetens lokaler, t ex på material, på utrustning, på skyltar, varuautomater m.m.
- ge tillgång till skolans lokaler, för t ex sammankomster och utbildning
- få tillgång till pedagogisk kompetens

Avtal om sponsring

Avtal om sponsring skall innehålla följande uppgifter:

- Parternas namn, adress och organisationsnummer
- Kontaktpersoner
- Syftet med sponsringen
- Beskrivning av aktiviteten
- Sponsorns åtagande
- Skolans åtagande
- Vilken tid avtalet gäller
- Eventuella medierättigheter

Gymnasienämnden

2008-05-15

- Ansvar för inställda evenemang (i förekommande fall)
- Försäkringsansvar för elever och material
- Formen för uppsägning av avtalet om förutsättningarna ändras
- Angivande att eventuella tvister skall lösas i allmän domstol

För avtal om gåva gäller vad som anges ovan i tillämpliga delar.

Om avtalet gäller en omfattande aktivitet eller material av värde större än två prisbasbelopp ska gymnasienämnden träffa sponsringsavtalet efter samråd med stadsjuristen.

Entreprenörer som är verksamma på skolans område

- Entreprenörer som är verksamma inom skolans område får endast träffa avtal om sponsring med sådana företag som uppfyller de krav kommunen ställer på sponsorer av kommunal verksamhet. Detta skall regleras i upphandlingskontraktet.
- Om entreprenör träffar avtal om sponsring i dennes verksamhet som har anknytning till skolan gäller att exponeringen av sponsorns namn i skolan inte får vara alltför omfattande.

Denna policy skall finnas på kommunens hemsida, www.norrkoping.se där den kan läsas av elever, föräldrar och skolpersonal.

Vid sidan av denna policy hänvisas till Konsumentverkets anvisningar som tagits fram tillsammans med Skolverket och Svenska Kommunförbundet, http://www.konsumentverket.se/Documents/skola_ungdom/sponsring_skolan.pdf