

Riktlinje för vår sponsring

Syfte

Beskriva sponsringssyfte och hantering.

Bakgrund

Sponsring ska bidra till företagets övergripande mål och vision samt utgöra en viktig och integrerad del av Jämtkrafts marknadsföring, vilket ska öka kännedomen om Jämtkrafts varumärke. Genom vår sponsring vill vi ge en positiv bild av företaget och skapa goda relationer till såväl kunder, partners och allmänhet, således även de anställda på Jämtkraft.

Våra samarbeten ska stämma överens med vårt syfte för sponsringen där rätt samarbetspartners är av yttersta vikt. Vi värderar och följer upp målen med sponsringen löpande. Vi vill uppfattas som hållbara, innovativa och regionala samhällsbyggare.

Sponsring bygger på ett kommersiellt avtal mellan normalt två parter där Jämtkraft betalar för kommersiella rättigheter till ett evenemang, en klubb, en förening, en juridisk person, en organisation, ett projekt eller liknande. Motprestationer krävs alltid i ett samarbete och dessa ska preciseras. Vi jobbar inte med rena bidrag, gåvor eller donationer i sponsring.

Skillnad mellan sponsring och välgörenhet är att i sponsring förväntas en motprestation, medan med välgörenhet finns ingen uttalad önskan om motprestation. Effekten av välgörenhet kan dock skapa samma effekt som sponsring, då "word of mouth" är när de som fått "hjälp" berättar om det i positiva ordalag.

Syfte:

Syftet med Jämtkrafts sponsring är att marknadsföra och kommunicera vårt varumärke och sponsring är en del av vår kommunikationsstrategi. Vidare ska sponsringen visa att vi är en aktör som tar samhällsansvar där vi är verksamma inom regionen. Vår sponsring ska skapa lojalitet och varumärkeskännedom. Genom våra samarbeten når vi även nätverk som skapar relationer som gynnar vår affär. Vi hanterar sponsring som ett marknadsföringsverktyg som levererar innehåll till vår kommunikation och positionerar oss som företag i det samhälle vi verkar.

Syftet med sponsring är också att stärka vår region som en levnadsplats utanför länets gränser. Vi tar specifikt hänsyn till våra ägarkommuner Östersund-, Krokoms- och Åre kommun och dess verksamheter. Ett starkt varumärke bidrar ofta till ett ökat antal invånare/nyinflyttade, studenter, företagsetableringar och externa besökare. Det i förlängningen kan skapa en potentiell affär för Jämtkraft och en möjlighet att attrahera arbetskraft. Jämtkrafts sponsring ska spegla företagets värdegrund och det samhälle vi önskar med en mångfald av aktiviteter kopplad till idrott, friluftsliv, kultur och samhällsengagemang.

Delmål

Med sponsring bidrar vi också till Jämtkrafts mål att skapa hållbara relationer och nöjda kunder.

Sammantaget mäts detta på årlig basis via SKI, där ambitionen är ett totalt index över 75 på kundnöjdhet och för lojalitet är motsvarande siffra 79. Att ta samhällsansvar är också en mätbar parameter i SKI.

Vår värdegrund

Sponsringen ska bidra till att skapa goda relationer med människor och bidra till en hållbar utveckling i regionen. Den ska genomsyras av strävan till jämlikhet, jämställdhet och hållbarhet i samtliga perspektiv. Ett sponsringssamarbete ska leda till mervärden för Jämtkraft och den gemensamma målgruppen.

Jämtkraft sponsrar inte företeelser som på något sätt kan förknippas med negativ miljöpåverkan, företeelser som förknippas med alkohol, droger, rasism eller annan diskriminering. Vi sponsrar inte heller uttalade religiösa- eller partipolitiska organisationer.

Sponsring som plattform

Med rätt fokus och inställning till sponsring kan vi uppnå saker som annan kommunikation inte kan. Vi ska aktivt jobba för att hitta samarbetspartners som delar våra värderingar och som skapar ett mervärde för Jämtkraft, stärker företagets image i marknads och allmänhetens ögon. Vi ska synas i rätt sammanhang och på sikt få kommersiella fördelar och ökad goodwill. Stärka banden med kunderna genom partnerskap och i samband med detta aktivera våra samarbetsavtal.

Via våra samarbeten skapas tillfällen att möta nuvarande och nya kunder, medlemmar, ledare, publik, ungdomar, föräldrar och övriga partners.

"Partnerskap" stärker internt bilden av Jämtkraft som samhällsbyggare. Personalen ska känna stolthet över att vi är med och gör skillnad inom såväl kultur, idrott och samhälle.

Våra samarbetspartner skall kunna påvisa hur man arbetar med sin värdegrund och frågor kopplade till jämställdhet, jämlikhet och hållbarhet, vilket känns som primära egenskaper för ett samarbete. Vi ska eftersträva att bidra till pågående energiomställning tillsammans med den part vi sponsrar. Optimalt är att under epitetet "hållbarhetspartner" bidra med kunskap kring JK:s hållbara produkter, vår kompetens och kunskap inom energieffektivisering/optimering samt via våra anställda med specialistkompetenser kunna erbjuda energirådgivning.

Vi väljer samarbeten med idrottsföreningar som vi bedömer har bra ungdomsverksamhet och som aktivt jobbar med Riksidrottsförbundets "Riktlinjer för barn och ungdomsidrott. Större samarbeten med fokus på regionalutveckling.

Våra kategorier

- Gräsrotssponsring, maxbelopp 10 000 kr
- Sponsring av idrott, kultur och samhällsengagemang.

Rättighetstagaren: (den vi sponsrar):

- bör ha en tydlig utvecklingsprägel som ligger i linje med Jämtkrafts mål och vision.
- ska kunna påvisa hur man jobbar med jämställdhet, jämlikhet och hållbarhet.
- ska om det avser idrottsklubb/förening aktivt jobba med RF:s riktlinjer för barn och ungdomsidrott. <https://www.rf.se/contentassets/2411db76c38044bd86f65c39db8925e1/anvisningar-for-barn--och-ungdomsidrott.pdf>

Rättighetsinnehavaren: (dvs Jämtkraft):

- ska skapa samarbeten som ska leda till mervärden för Jämtkraft och den gemensamma målgruppen.
- ska kravställa att den summa som medges ska ligga i relation till den motprestation som erbjuds.
- sträva efter långsiktiga samarbeten och ingå flerårsavtal om möjligheten finns och även sträva efter att få möjlighet att medverka och påverka projekten.

Bedömningsgrunder

Sponsringen utgår från Jämtkrafts värdegrund och önskan om att bidra till ett hållbart samhälle.

Samtliga potentiella partners bedöms utifrån vilket värde vi kan skapa för Jämtkraft som varumärke tillsammans med rättighetsägaren.

Organisation

VD är ytterst ansvarig för all vår sponsring. Delegerat ansvar till Kommunikationschefen och sponsoransvarig på kommunikationsavdelningen. Ett sponsringsråd bestående av tre medarbetare från kommunikationsavdelningen handlägger aktuella ärenden samt vid specifika ärenden rådfrågar även andra sakkunniga inom Jämtkraft.

Till varje ärende ska det finnas ett beslutsunderlag och varje sponsringsansökan ska få en återkoppling med motivering kring beslutet.

Formalia

- sponsringsärenden för gräsrot hanteras endast via formuläret på Jämtkrafts hemsida, <https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=cYYsUr466UeftvZoggvmfjYz1b6TwhElKlix-xp76VUNDMzODM0SjETUURIFBSFA5Nk5IRTFUTSQIQCN0PWcu>

JK:s medel ska eftersträvas att fördelas mellan idrott, kultur och samhälle med hänsyn tagen till sponsringsplattformen. En uttalad ambition är att öka antalet samarbeten som gynnar kultur och hållbart samhälle då dessa delar varit underrepresenterade i relation till sponsring av idrottsrelaterad verksamhet.

- JK sponsrar inte företeelser som på något sätt avviker från Jämtkrafts uppförandekod och/eller svensk lagstiftning eller som kan ge negativ publicitet eller skapa dåligt renommé för vårt varumärke.
- JK behandlar inte ansökningar som kommer in för sent och som inte ger oss den tid och möjlighet som krävs för att skapa ett bra underlag för samarbete.