	Godkänd av <b>TZR</b>	Handläggare <b>DSA</b>	Sida <b>1(2)</b>
Dokumentnamn <b>Policy för sponsring</b>		Beteckning <b>17:1 bil 3</b>	Datum <b>2015-05-22</b>

## Policy för sponsring

### ***Vad är sponsring?***

Sponsring är ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta. Den sponsrade ger vissa förmåner eller tjänster till sponsorn och får som motprestation kontanta medel, varor eller tjänster.

### ***Vad är syftet med sponsring?***

Sponsring är en del av vår marknadskommunikation med syfte att stärka vårt varumärke, skapa affärer samt bidra till att de övergripande målen nås. Den ska vara till nytta för företaget, kunderna och/eller medarbetarna.

Sponsringens starkaste egenskap är att den möjliggör en association till ett sammanhang som vi som sponsor vill förknippas med. Den här associationen ska med bästa insatser kommuniceras till målgruppen med mål att förstärka varumärket och företagets möjlighet till givande affärsrelationer.

### ***Verksamheter som vi inte sponsrar***

Vi sponsrar inte verksamhet som kan anses vara kontroversiell, riskbetonad eller som har politiskt eller religiöst budskap. Inte heller verksamhet som kan uppfattas som omoralisk, oetisk eller på annat vis integritetskränkande för någon individ.

### ***Sponsringsprojekt***

Företagets affärsidé, övergripande affärs- samt marknads mål styr våra val av sponsringsprojekt samt de målgrupper som vi önskar kommunicera budskap till. Potentiella målgrupper är:

- A. Lokala evenemang som vänder sig till merparten av befolkningen där MTA bedriver verksamhet.
- B. Lokala föreningar med en tydlig inriktning på ungdomsverksamhet.

### ***Kriterier:***


Aktiviteterna/evenemangen ska vara publika och vända sig till allmänheten.

Sponsringens storlek bestäms utifrån:

- hur stor målgrupp som nås med marknadsföringen
- förväntad eller faktisk publik tillströmning till evenemanget
- uppmärksamhetsvärde
- förväntat massmedialt intresse och bevakning
- hur väl aktiviteten/evenemanget kan förstärka vårt varumärke och möjlighet till givande affärsrelationer

### ***Återbetalning***

Om ett evenemang eller arrangemang ställs in ska eventuell utbetald sponsring återbetalas. Samma gäller även för föreningar och organisationer som upphör med sin verksamhet under pågående avtalsperiod.

	Godkänd av <b>TZR</b>	Handläggare <b>DSA</b>	Sida <b>2(2)</b>
Dokumentnamn <b>Policy för sponsring</b>		Beteckning <b>17:1 bil 3</b>	Datum <b>2015-05-22</b>

### ***Ansökan om sponsring***

Ansökan, genom e-post ska vara MTA till handa senast den **31 augusti** året före det verksamhetsår som ansökan avser. Ansökan skall innehålla vilken verksamhet/förening ansökan avser samt beskrivning hur föreningen/eventemanget uppfyller kriterier ovan.