

## SPONSORPOLICY

Utfärdare Annika Andersson	Anknytning tfn	Datum 2017-05-15	Rev.datum 2024-02-20	Godkänd AA
-------------------------------	----------------	---------------------	-------------------------	---------------

**SJB ser sponsring som en ömsesidig nytta mellan två eller flera parter.**

### Syfte:

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

### SJB's sponsring ska:

Vara affärsmässigt betingad med uttalat och definierat syfte och förutsätter konkreta motprestationer som balanserar insatsen.

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

Sponsringen ska primärt vara inriktad på sport, kultur, humansponsring och miljö.

Den ska vara engagerande och långsiktig samt en del av den övriga långsiktiga marknadsföringen.

### 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 samt verksamhet som uppfattas som miljöskadligt eller överdådigt.

### 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:

- Lokala föreningar och evenemang inriktad på sport, kultur och humansponsring/miljö inom vårt geografiska verksamhetsområde.
- I första hand riktas mot ungdomar och verksamheter där vår personal är engagerad
- Övriga föreningar som har lokal förankring med 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 och massmedial bevakning
- Aktivitetens/evenemangets lokala förankring och vilka möjligheter som finns att ta vara på sponsortagarens kanaler för möten med kunder
- Att aktiviteten/evenemanget följer SJB's värderingar vad gäller etik, moral och miljö.

### 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.

### Ansökan om sponsring

Ansökan sker huvudsakligen två gånger per år via vårt ansökningsformulär på vår hemsida och ska vara SJB till handa senast den 1 juni samt 1 december före halvår som ansökan avser. Ansökan ska innehålla vilken verksamhet/förening ansökan avser samt beskrivning hur föreningen/evenemanget uppfyller kriterierna ovan. Sponsringsprojekt beslutas av Marknadsansvarig och VD.