

## **Policy för marknadsföringssamarbete mellan kommunen och förening i Motala kommun**

Som en del i marknadsföringen av Motala kommun utgör samverkan med föreningslivet en möjlighet att sprida "Bilderna av Motala". Marknadsföringsvärdet för Motala kommun ska ställas mot hur många i relevant målgrupp som nås genom aktuell förenings insatser och exponering.

Samverkan mellan kommunen och föreningar ska också ställas i förhållande till värde och resultat. När det gäller föreningars möjlighet att bidra i en samverkan måste en värdering göras av hur målgruppen nås och hur många som nås. Föreningens marknadsföringsvärde för kommunen, står i paritet med dess exponering till relevant målgrupp och till målgruppens storlek. Syftet med samverkan är att kommunens föreningsliv i vissa fall kan bidra med ett marknadsföringsmässigt mervärde till "Bilderna av Motala" genom sin exponering såväl till kommunens invånare som till aktuella målgrupper utanför kommunen.

Policy för marknadsföringssamarbete mellan kommunen och föreningslivet avser ett aktivt deltagande från förening av marknadsföringen av kommunen. Avsikten är också att renodla och fastställa ett grundkrav på föreningens marknadsföringsvärde kopplat till massmedia- och publikintresse. Samverkansavtal sluts därför företrädesvis med föreningar inom kommunen som deltar i den för föreningen högsta serien, det vill säga på elitserienivå, men även samverkansavtal med föreningar i lägre divisioner kan förekomma. Det ekonomiska värdet av samverkansavtalen mellan kommun och aktuella föreningar grundas på föreningens marknadsföringsvärde.

Poängteras kan också att kommunen redan i grunden stöder föreningslivet via det ordinarie föreningsbidraget. Ersättning i samband med avtal om marknadsföringssamarbete är således bara aktuellt om kommunen bedömer att marknadsföringsvärdet överstiger kostnaden för avtalet.

Kommunalt bidrag till virke, schaktmassor, utescen och dylikt innefattas inte i ett aktivt marknadsföringssamarbete.

Samarbetsavtal med enskilda idrottare i individuella sporter omfattas ej då dessa avtal bedöms inte juridiskt möjliga att teckna annat än som enskilt arvoderat uppdrag eller anställning med gängse anställningsförfarande.

### Samverkansavtal

Samverkansavtal kring marknadsföringsfrågor tecknas mellan kommunen och aktuell elitidrottsförening. Avtalet ska undertecknas av verksamhetsansvarig chef för kommunen och behörig firmatecknare för föreningen. I avtalet regleras överenskommen ersättning från kommunen för de olika marknadsföringsinsatser som föreningen erbjuder kommunen. Marknadsföringsinsatserna kan ha såväl extern som internt riktad karaktär. Det innebär att även insatser som riktas mot de egna kommuninvånarna i avsikt att stärka dessa som ambassadörer för Motala kommun kan förekomma. Samarbetet kan också innefatta marknadsföringsinsatser och hjälp med exponering till rätt målgrupper på andra orter i Sverige, t ex vid bortamatcher eller dylikt.

### Avtalstid

Samverkansavtal tecknas normalt för ett år i taget. Om särskilda skäl föreligger ur marknadsföringssynpunkt kan kommunen teckna avtal i upp till avtal. Dessa avtal ska

dock följas upp efter varje år och kommunen ska ha möjlighet att ensidigt bryta avtalet om resultatet av samarbetet väsentligt understiger det förväntade.

### Behörig avtalspart

Som behörig samverkanspart räknas förening inom Motala kommun med representationslag eller motsvarande som vid serietävling eller motsvarande röner ett högt uppmärksamhets- och marknadsföringsvärde även utanför kommunen, t ex via nationell teve-bevakning.

Föreningen och dess representanter ska också i övrigt bedömas vara goda ambassadörer för Motala kommun och på såväl hemma som bortamatcher/tävlingar och ge Motala kommun ett positivt värde.

### Samarbetsformer

Föreningen ansöker om samverkansavtal och redogör i skriftligt erbjudande för de olika former av samarbete man kan erbjuda kommunen. Erbjudandet kan gärna föregås av en diskussion med ansvariga handläggare på kommunledningskontoret. Samarbetet skall bygga på en aktiv basis och inte bara innefatta arenareklam utan även marknadsföringsinsatser från föreningens funktionärer och idrottsutövare. Marknadsföringsvärdet av samarbetet ska av kommunens handläggare bedömas väl överstiga kommunens totala ekonomiska insats.

### Handläggning

Frågor kring samverkansavtal marknadsföringsinsatser handläggs i första hand av handläggare Informations- och marknadsföringsfrågor vid kommunledningskontoret.

### Uppföljning

Nytt avtal får inte tecknas med förening innan uppföljning redovisats för det tidigare. I avtalet skall regleras föreningens skyldighet att bidra till uppföljningen vid behov. Flerårsavtal ska följas upp vid varje årsskifte.