

Sponsringspolicy

Boröpannan AB

Definitioner

Sponsring är en affärsöverenskommelse mellan två parter som bygger på tjänster och gentjänster. Sponsring ska ge kommersiella och sociala fördelar.

Sponsring skall ingå som en del av företagets marknadskommunikation och ge företaget gott anseende. Den sponsrade ger vissa förmåner till sponsorn och får som motprestation kontanta medel, varor eller tjänster.

Syfte

Motiven för sponsring är att uppnå ett ömsesidigt utbyte av värden.

Exempel på värden är att öka kännedomen om Borö och våra kärnvärden, ge kommersiella fördelar, attrahera nya medarbetare, utveckla nätverk, stärka befintliga och skapa nya kundrelationer, öka den interna stoltheten och engagemanget i företaget.

Borös sponsring ska leda till att varumärket uppfattas positivt och därmed stärks på den Nordiska marknaden. Genom vår exponering vill vi primärt nå ut till kunder samt potentiell och befintlig arbetskraft. När ny arbetskraft söker sig till branschen vill Borö vara förstahandsvalet i arbetskraftens val.

Riktlinjer

- Borö ska delta i evenemang som håller hög kvalitet, har god struktur, inger trygghet, är nytänkande och som strävar efter att främja lagbygge. Borös varumärke ska exponeras tydligt i sammanhang som på alla sätt upplevs som positiva hos Borös målgrupper. Borös varumärke ska exponeras i enlighet med den grafiska profilen. Sponsring ska vara en välplanerad kommunikationsaktivitet och nyttjas fullt ut och på bästa sätt. I samråd med de ansvariga i respektive förening ska ett individuellt anpassat avtal tas fram för hur sponsringen ska utformas.
- Borö ska sponsra idrottsverksamhet som har tydliga mål och som har en strävan att främja ungdomsidrott.
Borö ska fokusera på:
 - Engagemang i verksamheter som överensstämmer med företagets värderingar, alltså har koppling till Borös kärnvärden
 - Engagemang i verksamheter som involverar många människor
 - Att delta i evenemang där tid, kraft, vilja och engagemang finns för att förmedla Borös varumärke på rätt sätt
 - Vi skall sponsra verksamhet som ger ett mervärde för BoRös personal
 - Aktiviteter som Borös personal visar stort intresse i
 - Verksamhet med god medial bild
 - Att engagera och stötta det lokala samhället

Sponsringspolicy

Boröpannan AB

Beslut

Beslut om sponsring fattas enligt Borökoncernens gällande beslutsordning. Beslut skall alltid grundas på företagets intressen. Samråd och information ska ske med Sponsringsgruppen.

Vi sponsrar inte:

- satsningar som inte kan passas in i gällande budget/marknadsplan (revidering kan självklart göras för att fånga upp intressanta projekt)
- verksamheter som är uppenbart skadliga för miljön
- verksamheter med politiska eller religiösa undertoner
- verksamheter som riskerar att skada vår verksamhet eller strider mot Borös värderingar
- projekt där sambandet med Borös verksamhet är svagt eller saknas

Beslutanderätt

Beslutanderätt i sponsringsärenden har Sponsorgruppen där Marknadsansvarige, Vice VD och VD ingår.

All sponsring ska finnas i marknadsplan och budget, vilken godkänns av Sponsorgruppen och fastställs av VD.

Sponsorgruppen analyserar övergripande inför varje budgetår de angivna satsningarna som informationsunderlag åt ledningsgruppen för att se om sponsringsinsatserna kan kraftsamlas.

Ekonomi och kontroll

Eftersom all sponsring ska planeras och budgeteras ska sponsring också alltid anges i redovisningen med särskilt kostnadslag, så att summorna vid behov eller med regelbunden revision kan följas upp och utvärderas.