

Riktlinjer för marknadssamarbete med elitidrottsföreningar

Beslutad av kommunstyrelsen 11-12-2023, §187/23. Dnr KS2022.0211

Dokumenttyp: Riktlinje

Dokumentet gäller för: 2023-12-11

Diarienummer: KS2022.0211

Reviderad: 2023-12-11

Giltighetstid: Till dess att nytt beslut tas

Tidpunkt för aktualitetsprövning: En gång per mandatperiod

Dokumentansvarig: Sektorchef medborgare och samhällsutveckling

Andra tillhörande dokument: [xxx]

Program

Policy

Plan

» Riktlinjer

Regler



Innehåll

Riktlinjer för marknadsföringssamarbete med elitidrottsföreningar.....	3
Syfte och bakgrund	3
Metod	3
Avtalsperiod	3
Vilka kan ansöka	3
Ersättningsnivåer	3
Åtagande och krav för ersättning	4
Uppföljning	6

Riktlinjer för marknadsföringssamarbete med elitidrottsföreningar

Syfte och bakgrund

Skövde kommuns syfte med marknadsföringssamarbetet är att stärka varumärket Skövde. Skövde kommun har ett intresse av att platsens varumärke uppmärksammas nationellt och internationellt. En viktig del av marknadsföringsarbetet av Skövde sker genom elitidrotten, som genom sitt allmänintresse och bevakning i massmedia medför att Skövde och dess varumärke exponeras nationellt och internationellt.

I dessa riktlinjer för marknadsföringssamarbete med elitidrottsföreningar anges hur Skövde kommuns ersättning ser ut för den marknadsföring av platsen Skövde som idrottsföreningens verksamhet medför. Kommunen kan träffa avtal med föreningar som kan komma i fråga för marknadsföringsstöd.

Metod

Skövde kommun önskar skapa värden för båda parterna genom att få tillgång till idrottsföreningarnas externa och interna nätverkskanaler för marknadsföringsåtgärder och i gengäld erbjuda ersättning i form av ekonomiskt stöd.

Avtalsperiod

Avtal om marknadsföringssamarbete gäller så länge uppsatta kriterier uppfylls eller annat beslutas av kommunstyrelsen.

Vilka kan ansöka

För att erhålla ersättning ska föreningen vara på minst nivå nationell elit. Det innebär inte att kommunen ska söka träffa avtal med alla som nått denna nivå. Varje möjlig partner bedöms för sig utifrån medialt intresse. Vid särskilda skäl kan även föreningar i divisionen nedanför högsta elit bli aktuella. Kommundirektör beslutar om ersättning till föreningar.

Ersättningsnivåer

Marknadsföringsstödet består av två delar, en grundnivåersättning och en prestationsersättning. Grundnivåersättning utgår till de idrottsföreningar som kommunen sluter avtal med. Prestationsersättning är endast aktuell för respektive idrotts högsta serie där det tävlas om SM-placeringar. Följande ersättningsnivåer gäller:

Grundnivåersättning

400 000 kronor

Prestationsersättningsnivå

Finalvinst eller SM-guld: 100 000 kronor

Final eller tabellplacering 2: 50 000 kronor

Semifinal eller tabellplacering 3 eller 4: 25 000 kronor

Maximal möjlig ersättning per förening och år är 575 000 kronor.

Åtagande och krav för ersättning

Nedan framgår de åtagande och krav som ansökande förening förbinder sig till genom godkänt marknadsföringsstöd.

A. Allmän kommunikation

Marknadsföringsstödet syftar till att marknadsföra och stärka Skövde. Det innebär, att på ett positivt sätt i föreningens kommunikation, spegla såväl Skövde kommun som platsens varumärke

B. Namn på representationslaget

Föreningen förbinder sig att under avtalstiden använda sig av "Skövde" i klubbnamn och att representationslaget ska vara registrerat för seriespel under detta namn.

C. Medial synlighet

1. Evenemangen ska bevakas av TV (SVT, TV4, annan strömningstjänst).
2. Evenemangen ska bevakas av pressmedia (riks-, regional-, och lokaltidning).
3. Evenemangen ska bevakas av Radio.

D. Marknadsaktiviteter

1. Platsvarumärket Skövde på kläder

Platsvarumärket Skövdes logotyp ska exponeras på föreningens matchställ, ledarstabens tröjor, matchfunktionärernas och matchvärdarnas tröjor. Närmare placering ska parterna komma överens om innan säsongsstart.

2. Platsvarumärket Skövde på skyltar, tryck och montage

Platsvarumärket Skövdes logotyp ska vara väl synligt från läktar- respektive huvudkameraplats. Ersättningen till föreningen ska täcka skyltar (inkl tryck

och montage) med platsvarumärket Skövdes logotyp.

3. Platsvarumärket Skövde på program- /matchblad

Platsvarumärket Skövdes logotyp ska vara väl synligt i program- /matchblad och följa platsvarumärkets visuella identitet. Platsvarumärket Skövdes logotyp får ej placeras så att det kan sammankopplas med annat varumärke, eller på annat sätt sättas i förbindelse med annat varumärke utan godkännande från Skövde kommun.

4. Platsvarumärket Skövde på hemsida

Platsvarumärket Skövdes logotyp ska vara väl synligt på föreningens hemsida och länk ska finnas till: skovde.com under avtalsperioden.

5. Platsvarumärket Skövde på övriga digitala kanaler // sociala medier

Platsvarumärket Skövdes hashtag #playitlikeskövde ska användas i föreningens inlägg på sociala medier.

6. Platsvarumärket Skövde på flaggor

Skövde kommun tillhandahåller 2-3 flaggor (med platsvarumärket Skövde) för flaggning under matchdag.

E. Deltagande i marknadsföringsåtgärder

Föreningen ska åta sig att i rimlig utsträckning och enligt överenskommelse medverka i Skövde kommuns arbete med att marknadsföra platsen Skövde såväl nationellt som internationellt. Föreningens namn ska exponera platsen Skövde på ett framträdande sätt och föreningen ska genomföra sina hemmamatcher i Skövde kommun om inte särskilda omständigheter föreligger.

F. Rätt att använda föreningsproducerat material

Föreningen ger Skövde kommun och destinationsbolaget Next Skövde rätt att under avtalstiden använda sig av föreningsproducerat material (såsom bilder och textmaterial) i arbetet med att marknadsföra platsen Skövde. Föreningen ska tillförsäkra Skövde kommun och destinationsbolaget Next Skövde denna rätt när de köper in bild och textmaterial externt.

G. Krav på föreningens verksamhet

Föreningen ska tillse att de som är aktiva i föreningen som spelare och ledare följer de regler som gäller för den idrottsliga verksamheten enligt beslut från specialförbund och riksidsrottsförbund. Föreningen ska under avtalstiden bedriva verksamheten så att den på ett positivt sätt förknippas med sin idrott. Föreningen ska inte förknippas med något som är oförenligt med Skövde kommuns övergripande politiska mål och den verksamhet som Skövde kommun bedriver eller är olämpligt med hänsyn till Skövde kommuns roll och uppgift.

Uppföljning

Ingångna avtal gällande marknadsföringssamarbete ska följas upp årligen utifrån efterlevnad av de åtagande och krav som framgår av dessa riktlinjer.