

Riktlinjer för avtal mellan ideella föreningar/organisationer och Mora kommun angående marknadsföring

Syfte och mål

Syftet med dessa riktlinjer är att bidra till ett tydligt, klart och positivt samarbete med ideella föreningar och organisationer och att klargöra vad som gäller i frågor som rör marknadsföring.

Målet med avtal mellan Mora kommun och samarbetspartnern är att tillsammans ta tillvara möjligheterna för att marknadsföra Mora samt bidra till att stärka Mora kommuns vision som är Regionstad Mora – för ett aktivt liv.

Affärsmässiga avtal

Mora kommuns samarbete för marknadsföring sker på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för kommunen och samarbetspartnern.

Ett marknadsföringsavtal bygger på ett samarbete som innebär att Mora kommun stödjer en annan part med pengar i utbyte mot någon form av motprestation som t ex reklamutrymme, aktiviteter eller tjänster. Alla avtal ska vara följden av en bedömning, i det enskilda fallet, av vilket reklamvärde Mora kommun kan köpa, och av en förhandling, samt träffas inom ramen för en given budget.

Mora kommuns ställning som skattefinansierad organisation ställer stora krav på integritet och opartiskhet. Dessa riktlinjer ska ses över i början av varje mandatperiod eller vid förekommande behov av kommunstyrelsen.

Avgränsning

Ett marknadsföringssamarbete är inte samma sak som ett bidrag. Det ska inte förväxlas med till exempel verksamhetsbidrag, anläggningsstöd och arrangemangsstöd. Dessa bidrag söks via kultur- och fritidsförvaltningen.

Partners

Marknadsföringssamarbete kan ske tillsammans med ideella föreningar och organisationer med följande inriktning

- Elitidrott
Elitidrott bidrar till att Mora utvecklas som idrottsort och genom den även till exponering på ett positivt sätt utanför kommunens gränser. Samarbete kan ske med föreningar som har lag eller enskilda utövare på hög nivå som anses vara av större intresse på nationell eller internationell nivå.

- Kulturverksamhet
Kulturella aktiviteter vidgar utbudet och gör Mora till en mer attraktiv ort och stärker bilden av Mora. Samarbete kan ske med kulturaktiviteter som bedöms ge stort intresse på nationell eller internationell nivå.
- Evenemang
Evenemang ska vara publika med regional, nationell eller internationell attraktionskraft. Evenemangen ska skapa positiva upplevelser för Moraborna och ge ett ekonomiskt mervärde för ortens näringsliv.

Mora kommun träffar inte avtal med enskilda personer. Partens aktivitet/evenemang ska vara publika, gärna locka Morabor och andra besökare samt i huvudsak arrangeras inom Mora kommun.

Kriterier

Kommunens intresse och insatser bestäms utifrån:

- Förväntad uppmärksamhet och värdet av detta i form av bevakning utanför Mora, det vill säga, i länet, nationellt eller internationellt. Bidra till att Mora exponeras i media på ett positivt sätt utanför kommunens gränser
- Förväntad eller faktisk publik tillströmning till evenemanget, det vill säga, ökar antalet besökare till Mora. Ökar antalet deltagare och/eller besökare till Mora som kan skapa konsumtion.
- Profilverde för kommunen. En uppskattning av hur aktiviteten/evenemanget kan komma att bidra till att stärka och sprida Moras varumärke som ort samt stärka den goda bilden av Mora. Bidra till att stärka Moras position som Regionstad Mora – för ett aktivt liv.
- Bidra till ett hållbart Mora; socialt, ekonomiskt och miljömässigt hållbart

Kostnader

Kommunstyrelsen fastställer årligen i budget ett ekonomiskt utrymme för marknadsföringsavtalen. Antalet avtal kan begränsas såväl av den ekonomiska ramen samt hur Mora kommun bedömer marknadsföringsutrymmet.

Avtalsform

- Avtalet ska löpa under högst 12 månader. Detta kan ske antingen per kalenderår eller per säsong.
- Avtal ska vara skriftliga enligt kommunens standardformulär så att parterna på bästa sätt kan disponera det som avtalet innehåller.
- Om ett evenemang eller arrangemang ställs in ska eventuell utbetald ersättning återbetalas. Samma gäller även för föreningar eller organisationer som upphör med sin verksamhet under pågående avtalsperiod.
- Båda parter har rätt att bryta avtalet om någon av parterna upplever att den andres agerande påverkar det egna varumärket negativt.

- Avtal ska ha en klausul om att kommunen har rätt att omedelbart bryta avtalet om kommunen upplever att partners agerande påverkar kommunens varumärke negativt. Samma sak gäller vid brister i att ta avstånd från droger eller doping, till exempel om en deltagare i en förening visat sig vara dopad. Avtal ska ge kommunen tolkningsföreträde i sådana fall, och besluta en återbetalningsskyldighet för partnern.
- Varje avtal ska utvärderas. En redovisning ska lämnas till Mora kommun när avtalstiden gått ut.
- Om avtalspartnern i väsentlig mån ändrar verksamhetsinriktning har Mora kommun rätt att säga upp avtalet med omedelbar verkan och återfå ersättning som avser återstående avtalstid.

Beslut

Avtal över 100 tkr beslutas av kommunstyrelsen i förekommande fall.

Avtal under 100 tkr beslutas av kommundirektören i förekommande fall.

Kontakt vid frågor

E-post: mora.kommun@mora.se, Kommundirektör, näringslivschef, kommunikationschef
kulturchef, fritidschef.