



» PLAN

Riktlinjer för upplåtelse av reklamplatser samt förekomsten av varumärken och sponsring i lokaler som används för kultur- och fritidsändamål

Styrdokumentets data

Beslutad av:	Kommunstyrelsen
Beslutsdatum och paragraf:	2018-09-04 § 155
Diarienummer:	KS2023/471& KN2004/56
Giltighetstid:	Tills vidare
Dokumentansvarig:	Kultur- och fritidschef
För revidering ansvarar:	Kultur- och fritidsnämnden
För uppföljning och tidplan för denna ansvarar:	Respektive kommunal hyresgäst (förvaltning/bolag)

Revidering av styrdokument

Rätt att revidera ges på delegation från beslutande organ.

Orsak till revidering:	Styrdokumentet behövde revideras då det var över tio år gammalt.
Förändring i dokumentet:	De nya riktlinjerna är kommunövergripande. Texten har

Beslutat av:
Beslutsdatum:
Diarienummer:

uppdaterats och beskriver under vilka former reklam kan och får förekomma i lokaler som används av kultur-och fritidsförvaltningen.

Kultur-och fritidsnämnden
2018-06-19
KN2017/417

Innehåll

1. Avsiktsförklaring	3
2. Riktlinjer	3
2.1 Övergripande riktlinjer.....	3
2.2 Särskilda riktlinjer.....	4
2.3 Avtal och uppföljning.....	4
3. Referenser.....	5

1. Avsiktsförklaring

Lokaler och anläggningar inom verksamhetsområdet kultur och fritid ska i huvudsak vara fria från reklam, sponsring och varumärken. Vissa undantag kan ges och dessa beskrivs närmare i avsnitt 2.1 nedan.

För att minska risken för att barn och ungdomar utsätts för reklam i sin dagliga miljö ska lokaler/hallar/planer/scener som mestadels av tiden används av skolan för skolidrott och/eller barn- och ungdomar inom kulturskoleverksamhet i huvudsak vara fria från reklam. Detta gäller även på de öppna mötesplatserna för ungdomar i kommunal regi.

Det anses viktigt att i möjligaste mån behandla föreningar lika och att de bereds samma förutsättningar gällande möjligheten till att anslå reklam. Alla föreningar har inte en ”hemmaarena”, varför det är viktigt att möjligheten till att sätta upp tillfälliga reklamplatser/digitala reklamskyltar finns.

Varje anläggning har sina unika möjligheter och begränsningar för att skapa upplåtelseplats för reklam.

Vid utplacering av reklam ska särskild hänsyn tas till estetiska värden - reklam och varumärken får endast förekomma i och runt den publika arenan.

2. Riktlinjer

Som framgår av avsiktsförklaringen är utgångsläget att lokaler och anläggningar som används för kultur- och fritidsändamål i huvudsak ska vara fria från reklam, sponsring och varumärken. Undantag kan medges och nedan beskrivs om, när och hur undantag ges.

2.1 Övergripande riktlinjer

2.1.1 Reklamfria anläggningar

För att minska risken för att barn och ungdomar utsätts för reklam i sin dagliga miljö ska lokaler/hallar/planer/scener som mestadels av tiden används av skolan för skolidrott och av barn- och ungdomar i kulturskoleverksamhet i huvudsak vara fria från reklam. Detta gäller även de öppna mötesplatserna för ungdomar.

- I dessa lokaler ska därför ingen permanent/fast reklam förekomma. Däremot kan tillfällig/digital reklam tillåtas vid evenemang/matcher under kvällstid och/eller helger. All tillfällig reklam i lokaler som i huvudsak ska vara reklamfria ska godkännas av och uppsättning ska ske i samråd med ansvarig kommunal hyresgäst (förvaltning/bolag) och fastighetsägaren.

2.1.2 Anläggningar med möjlighet till upplåtelse av tillfälliga alternativt digitala reklamplatser

På/vid anläggningar där flera föreningar/aktörer har verksamhet och evenemang är det inte lämpligt med upplåtelse av permanenta reklamplatser.

- I/vid sådana lokaler/planer är det endast tillåtet med upplåtelse av digitala, och andra typer av tillfälliga, reklamplatser.

2.1.3 Anläggningar med möjlighet till upplåtelse av fasta/permanenta reklamplatser

På anläggningar där det endast är en eller ett fåtal föreningar som har verksamhet och evenemang kan permanenta reklamplatser upplåtas.

- Uppsättning av permanenta reklamskyltar ska ske i samråd med ansvarig kommunal hyresgäst (förvaltning/bolag) och fastighetsägaren.

2.1.4 Allmänt om upplåtelse av reklamplatser

Vid konflikter gällande anläggningar där flera föreningar har verksamhet görs en prioritering av ansvarig hyresgäst enligt samma prioriteringsregler som gäller vid uthyrning av respektive lokal – Exempelvis prioriteringsregler för uthyrning idrottshallar/planer (KN2003/84) och i Kulturcentrum (under framtagande).

Varje anläggning har sina unika möjligheter och begränsningar för att skapa upplåtelseplats för reklam.

Vid utplacering av reklam ska särskild hänsyn tas till estetiska värden - reklam och varumärken får endast förekomma i och runt den publika arenan.

All utformning av reklam ska ske i samråd ansvarig kommunal hyresgäst (förvaltning/bolag) och fastighetsägaren, vilka beslutar om slutlig utformning av reklam.

Reklam för alkohol, tobak eller energidrycker får inte förekomma.

Föreningarna står för samtliga kostnader i samband med nyttjandet av reklamplatserna. Detta gäller exempelvis kostnader vid uppsättning, nedtagning och för det löpande underhållet.

Föreningarna ansvarar för att reklamen är väl skött.

2.2 Särskilda riktlinjer

Kommunens trovärdighet och anseende ska vårdas och intentionerna i Vision Sandvikens kommun och det kultur- och fritidspolitiska programmet ska följas i all samverkan med andra samhällsaktörer. Det är viktigt att samverkan sker utifrån ett demokrati-, jämställdhets- och folkhälsoperspektiv.

2.3 Avtal och uppföljning

Här nedan beskrivs hur tecknandet av avtal ska gå till och hur uppföljning ska ske.

För att föreningar och andra aktörer ska ha möjlighet att sälja reklamplats i en kommunal lokal ska ett avtal tecknas mellan föreningen/aktören och ansvarig kommunal hyresgäst (förvaltning/bolag). Inga muntliga avtal ska ingås.

Den kommunala hyresgästen ansvarar endast för avtalen som tecknas mellan föreningen/aktören och kommunen.

Föreningen/aktören ansvarar för kontakten med sina sponsorer.

Den kommunala hyresgästen ansvarar för att årligen följa upp och bevaka att sponsringssamarbeten överensstämmer med det strategiska styrdokumentets riktlinjer. Det är den ansvarige kommunala hyresgästen, aktuell förvaltning eller bolag, som genomför samtalen och följer upp sponsringssamarbetena.

Inom ramen för riktlinjerna är det den kommunala hyresgästen (förvaltning/bolag) i samråd med fastighetsägaren som beslutar var, hur och när reklam får förekomma samt utformning av reklamen.

Den kommunala hyresgästen (förvaltning/bolag) ansvarar för att årsvis följa upp och utvärdera tecknade avtal samt besluta om förlängning och/eller nytecknande av avtal.

3. Referenser

Carlberg, Charlotta. Sponsring som finansieringskälla? En vägledning för statliga myndigheter. Ekonomistyrningsverket. 2002.

<http://www.esv.se/contentassets/e75e64ac5bd445839f3d89738fb6a666/sponsring-som-finansieringskalla.pdf>. Hämtad 2017-11-17.