

## Policy och riktlinjer för avtal om marknadsföring - elitidrott

### Syfte

Syftet för kommunen är att stärka varumärket Kristianstads kommun.

### Metod

Kristianstad kommun önskar skapa värden för båda parterna genom att få tillgång till elitidrottsföreningarnas (elitidrottarnas) externa och interna närverkskanaler för marknadsföringsåtgärder och i gengäld erbjuda ersättning i form av bidragsbelopp.

### Avtalsperiod

Avtal om marknadsföring sluts för en period om ett år.

### Prestation och ersättning

Elitidrottare och elitidrottsföreningar förutsätts ha olika stora nätverk och kan därigenom erbjuda Kristianstads kommun olika stora motprestationer. Under avsnittet om faktorer och maximal ersättning, framgår de av kommunen prioriterade faktorerna/ kriterierna och maximalt ersättningsbelopp.

### Vilka kan ansöka

Endast föreningar med seniorverksamhet på elitnivå kan ansöka.

För att erhålla maximalt belopp krävs spel i den högsta nationella serien. Nationellt medialt (och i förekommande fall internationellt medialt) intresse och nätverksförmåga är således avgörande för att erhålla maximalt ersättningsbelopp. Därefter är ersättning och motprestation fallande.

### Ansökningsförfarande

Ansökande förening fyller i ansökan som behandlas i marknadsföringsrådet. Marknadsföringsrådet utvärderar ansökan gentemot kriterierna A-G. Rådet lämnar förslag till beslut till den avdelning som ansvarar för marknadsföringsbudgeten, för närvarande näringslivsavdelningen. När föreningens slutdokumentation godkänts av marknadsrådet utbetalas den återstående delen av bidraget.

Ansökningar skall vara kommunledningskontoret tillhanda före den sista februari.

## Faktorer och maximal ersättning

Under förutsättning att föreningens nätverkskanaler och aktiviteter (prioriterade faktorer/kriterier) under A-H nedan erhåller tillräckligt höga värden och att ansökan samt slutdokumentation godkänns av marknadsrådet, kan en ersättning om maximalt 100 000 kronor komma att avtalas.

### A. Medialt intresse

#### *1. Evenemangen kommer att bevakas av TV (Svt, TV 4, Annat bolag)*

Föreningen skall ange bedömt antal TV-bevakningstillfällen under säsongen.

I dokumentationen skall faktiskt antal anges.

#### *2. Evenemangen bevakas av rikspress (DN motsv.)*

Föreningen skall ange bedömt antal artiklar i rikspress.

I dokumentationen skall faktiskt antal och media anges.

#### *3. Regional press (SDS, Expressen & lokal TV)*

Föreningen skall ange bedömt antal reportage och artiklar i regional press.

I dokumentationen skall faktiskt antal och media anges.

#### *4. Lokal Press (KB, NSK)*

Föreningen skall ange bedömt antal artiklar i lokal press.

I dokumentationen skall faktiskt antal anges.

### B. Publikintresse

#### *1. Seriesystem*

Föreningen skall ange aktuellt beteckning för seriesystemet.

#### *2. Inresande*

Ansökande förening bedömer antalet inresande publik vid hemmamatcher (motsv.) och eventuellt uppskatta antalet gästnätter.

#### *3. Publik vid hemmamatch (motsv.)*

Föreningen skall ange bedömt publiksnitt för hemmamatcher och bedömd maximal publiksiffra vid hemmamatch samt för vilka hemmamatcher den förväntas inträffa.

I dokumentationen skall faktiskt publiksnitt, största publiksiffra för hemmamatch samt när dessa inträffat anges.

Kommunledningskontoret

2009-09-28

## C. Marknadsaktiviteter

Nedanstående aktiviteter förutsätts ingå och täckas av ersättningen. Avsteg kan förekomma och regleras i avtalet mellan kommunen och föreningen.

### *1. Logga på matchdräkt inom fotograferingsområde*

Kommunens varumärke (eller Spirit of Food) skall vara placerad på höger brösthalva.

### *2. Funktionärsdräkt*

Föreningens matchfunktionärer och matchvärdar vid entréer skall bära T-shirts (som tillhandahålls av kommunen) vid match.

### *3. Skyltar, tryck och montage*

Kommunens varumärke skall vara väl synligt från läktar- respektive huvudkameraplats. Ersättningen till föreningen skall täcka skyltar (inklusive tryck och montage) med kommunens varumärke (alt vald logga).

### *4. Logga i programblad*

Kommunens varumärke skall vara väl synligt i programblad (motsv.) och följa kommunens grafiska profil.

Varumärket får ej placeras så att det kan sammankopplas med annat varumärke, eller på annat sätt sättas i förbindelse med annat varumärke utan godkännande från Kristianstads kommun.

### *5. Logga på Hemsida*

Kommunens varumärke (eller Spirit of Food då så avtalas) skall vara väl synligt på klubbens hemsida och länk skall finnas till kommunens (Spirit of Food) hemsida under avtalsperioden.

### *6. Marknadsföringsmaterial för att stärka kommunens varumärke*

Föreningen (spelare, ledare och medlemmar) skall ställa upp för framtagande av marknadsföringsmaterial (foto och taglines) med en omfattning av upp till sex olika budskap under avtalsperioden. Kristianstads kommun ansvarar framtagning och produktion.

Föreningen skall på bortamatch och vissa hemmamatcher dela ut marknadsföringsmaterial. Antal och omfattning skall regleras i avtalet.

Marknadsföringsmaterial tas fram och tillhandahålls av kommunen. Föreningen ansvarar för att materialet medförs och delas ut enligt avtalad omfattning.

### *7. Speakertext eller jingel*

Kommunen tillhandahåller speakertext eller jingel som skall läsas eller spela upp 3-5 ggr per hemmamatch.

### *8. Lån av 2-3 flaggor*

Kommunen tillhandahåller 2-3 flaggor (kommunens varumärke eller Sprit of Food) för flaggning under matchdag.

## D. Engagemang och jämlikhet

### ***1. Ungdomsverksamhet på eftermiddagar och kvällar***

Föreningen skall redovisa ungdomssektionens verksamhet under eftermiddagar och kvällar (dvs efter skoltid). Antal lag och åldersklasser i seriespel.

### ***2. Senioraktivas deltagande i ungdomsverksamheten***

Det är viktigt med förebilder och att förebilderna tar ansvar för ungdomars utveckling. Föreningen skall ange senioraktivas deltagande i ungdomsverksamheten.

### ***3. Jämlikhet enl. idrottspolitiskt program***

Föreningen skall leva upp till målet för jämlikhet enligt det idrottspolitiska programmet. Målet är definierat som: *"Oavsett kön, funktionshinder, sexuell läggning, ålder eller etnisk och kulturell bakgrund ska kommuninvånare på lika villkor kunna delta i och leda arbetet inom föreningarna och övriga fritidsaktiviteter"*

Ansökande förening skall ge exempel på hur föreningen lever upp till målet enligt ovan.

## E. Seriespel

### ***1. Elitlag i seriespel över hel säsong (veckospel).***

Föreningen skall ange antalet aktiva vid seriespel, kostnader för spel på bortaplan samt antalet matcher i seriespel per år.

Maximal ersättning är 35 000 kronor.

### ***2. Elitlag som har få matcher, komprimerad säsong etc.***

Föreningen skall ange antalet aktiva vid seriespel, kostnader för spel på bortaplan samt antalet matcher per år.

Maximal ersättning är 20 000 kronor.

## F. Enskild elitutövares tävlingsverksamhet.

Elitutövare som under året placerats på medaljplats vid specialförbundets officiella seniormästerskap och är årsrankad bland de sex bästa inom sin idrott.

Maximal ersättning är 5 000 kronor per elitutövare, dock maximalt 10 000 kronor per förening.

## G. Marknadsposition och marknadsvärdet

### *1. Elitlagets marknadsposition inom idrotten.*

Föreningen skall ange faktisk placering efter senast genomförda säsong eller ranking inför kommande säsong.

### *2. Marknadsvärdet för kommunen såväl lokalt som nationellt.*

Föreningen skall beskriva hur de uppfattar nyttan för kommunen, såväl lokalt som nationellt, att sluta elitavtal med föreningen.

## H. Dokumentation av genomförda aktiviteter

### *1. Insänd utvärdering av A-G*

Under förutsättning att ansökan beviljas kommer halva beloppet att utbetalas omgående. Föreningen skall under året dokumentera genomförda aktiviteter (A-G) enligt ovan.

Återstående 50 % av den beviljad ersättning utbetalas efter det att slutdokumentationen behandlats och godkänts av marknadsrådet.

Alternativt, om föreningen väljer att delredovisa efter halva säsongen, kan 25 % utbetalas efter godkänd delredovisning och återstående 25 % efter godkänd slutdokumentation.

### *2. Kommunens rätt att disponera text- och bildmaterial*

Kommunen äger rätt att, och med beaktande av, upphovsrättslagstiftningen, utan ersättning och begränsning, använda sig av det av den ansökande föreningen producerade och inlämnade text- och bildmaterialet.