



Umeå universitets sponsringspolicy

Syftet med Umeå universitets sponsringspolicy är att:

- tydliggöra universitetets syn på sponsring
- vara ett stöd vid bedömning av sponsring
- klargöra hanteringen av sponsring i verksamheten

Umeå universitets policy grundar sig framförallt på Ekonomistyrningsverket vägledning om sponsring för statliga myndigheter *Sponsring som finansieringskälla?* (ESV 2002:15) och Statskontorets rapport *Klara villkor för sponsring av statlig verksamhet* (2003:22).

Definition av sponsring

Umeå universitet definierar sponsring på följande sätt:

Sponsring är ett avtal till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter, en sponsor och en sponsortagare. Sponsorn förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor och/eller tjänster. Sponsortagaren tillhandahåller motprestation i form av exempelvis varor och/eller tjänster till nytta för sponsorn, exponering av varumärke eller både och.

Det kan vara aktuellt för Umeå universitet att både ge och få sponsring. När universitetet tar emot sponsormedel är det en sponsortagare, när det lämnar sponsormedel en sponsor. I de fall det inte finns krav på motprestation handlar det istället om en gåva eller donation. Då gäller istället Umeå universitets policy för mottagande av donationer.

Allmänt

Allmänhet, anställda och studenter ska känna förtroende för att Umeå universitets verksamhet bedrivs korrekt och att universitetets forskning och utbildning präglas av integritet och självständighet. Det är därför viktigt att Umeå universitet har ett förhållningssätt som inger förtroende och bevarar den akademiska integriteten.

Sponsring ska normalt inte användas för att finansiera universitetets basverksamhet men kan användas för att exempelvis genomföra projekt som annars inte skulle blivit av, höja ambitionsnivån för vissa projekt eller aktiviteter, eller samarbeta med näringsliv och andra organisationer. Ett exempel är att sponsring kan användas till att erbjuda gästföreläsningar inom en kurs, samtidigt som sponsring inte får användas till att ersätta de normala föreläsningarna.

Sponsring ska inte heller ske inom de verksamheter som ligger nära de områden där universitetet har en myndighetsutövande roll, exempelvis antagning och examination. All sponsorverksamhet som inbegriper Umeå universitet ska vara öppen och tåla granskning.

Som myndighet ska Umeå universitet och alla dess anställda iakttä saktlighet och opartiskhet och beakta allas likhet inför lagen i enlighet med den grundlagsfästa objektivitetsprincipen. Genom tillämpning av förvaltningslagens (1986:223) regler om jäv och förbudet mot förtroendeskadliga bisysslor i lagen om offentlig anställning (1994:260) kan objektivitetsprincipen förverkligas och allmänhetens förtroende för myndigheten vidmakthållas både vid mottagande av donationer och ingående av sponsoravtal.

Sponsring styrs inte av en särskild förordning men berörs av exempelvis i 6 kap 1 § kapitalförsörjningsförordningen (2011:210):

1 § En myndighet får ta emot och disponera icke-statliga medel, om inkomsten är av tillfällig natur eller mindre omfattning och den inte rubbar förtroendet för myndighetens opartiskhet i dess myndighetsutövning eller annars skadar dess anseende.

En myndighet får inte ingå avtal som innebär att myndigheten tar emot medel som avses i första stycket, om avtalet medför ett ökat behov av medel från statens budget eller att högre avgifter måste tas ut i avgiftsfinansierad verksamhet.

Första och andra styckena gäller inte i de fall rätten för en myndighet att ta emot och disponera icke-statliga medel regleras på annat sätt.

Avgränsningar

Umeå universitet ska inte sponsra eller ta emot sponsorstöd från:

- Politiska partier eller religiösa organisationer
- Företag eller organisationer som bedriver verksamhet som uppenbart skadar människor eller miljö
- Företag eller organisationer som uppenbart ifrågasätter vetenskapligt vedertagna metoder eller principer

I enlighet med 1 kap. 9§ i regeringsformen är det inte heller tillåtet teckna sponsringsavtal som ger sponsor exklusiv rätt.

Risker

På grund av de speciella juridiska förutsättningar som gäller för en myndighet uppstår ett antal risker i att ingå ett sponsoravtal. Dessa risker bör myndigheten ta hänsyn till Ekonomistyrningsverkets rapport *"Sponsring som finansieringskälla? En vägledning för statliga myndigheter"* (2002:15) redogör för ett antal risker för en myndighet med att ingå ett sponsoravtal:

- Myndigheten kan bli beroende av sponsring för att kunna fullgöra sina uppgifter, vilket kan orsaka problem om ett sponsoravtal sägs upp eller inte förlängs.
- Sponsorn kan försöka påverka eller styra inriktningen på myndighetens verksamhet på ett sätt som inte är förenligt med målen för verksamheten.
- Sponsring kan göra att allmänhetens förtroende för myndighetens oberoende, objektivitet och opartiskhet rubbas.
- Det kan uppstå en intressekonflikt mellan myndigheten och sponsorn, eller allmänheten kan misstänka att det finns en sådan konflikt. I båda dessa fall kan myndigheten få problem med sin trovärdighet och myndighetens verksamhet kan få dåligt rykte.
- Myndighetens strävan att locka sponsorer och erbjuda varor och tjänster som motprestation kan ta så mycket tid och resurser i anspråk att det inkräktar på myndighetens egentliga verksamhet.
- Om myndigheten inte noggrant kalkylerar med alla kostnader kan resultatet av sponsringen bli ett underskott, dvs. värdet av sponsringen understiger kostnaden för myndighetens tillhandahållande av motprestationer.

Umeå universitet som sponsor

Statsanslag får inte användas för sponsring. Det är alltså endast med extern finansiering som universitetet kan ingå sponsoravtal som sponsor. Universitetet bör därför endast undantagsvis vara sponsor. Sponsring med finansiering från extern part måste också ske med finansiärens medgivande.

Ett exempel när det kan vara motiverat för universitet att ta en roll som sponsor är olika aktiviteter som stärker universitetets anseende och varumärke. Beroende på typ av sponsorinsats finns det olika möjligheter för att kunna exponeras och få andra slag av motprestationer.

Umeå universitet som sponsortagare

Sponsring ska inte användas i en verksamhet där universitetet har en myndighetsutövande roll eftersom detta kan påverka allmänhetens förtroende för universitetet som myndighet. Universitetet får inte heller utsätta sig för en risk och finansiera långsiktiga verksamheter med en osäker intäkt såsom sponsormedel och får därför inte använda sponsring till universitetets baskostnader, exempelvis löner (för tillsvidareanställda) och lokalkostnader. Sponsring ska ses som ett sätt att finansiera särskilda satsningar, projekt eller evenemang, och om personal behöver rekryteras bör det vara tidsbegränsade anställningar.

Sponsring i form av varor eller tjänster (barter) får inte ske i strid med Lagen om offentlig upphandling (2007:1091), LoU. Barter som är en ren gåva till universitetet betraktas inte som sponsring och berörs inte av LoU.

I de fall exponering av företags- eller organisationslogo sker i tryckt eller digitalt material, ska det tydligt synas att detta avser en sponsorinsats. Riktlinjer för hur vi kan exponera sponsorer på universitetets webbplats finns *beskrivet i webbmanualen*.

Utvärdering av motprestationer

Den ersättning universitetet får från sponsorn måste vara större än kostnaden för kraven på motprestation från universitetet. Innan ett avtal skrivs ska därför prefekt eller enhetschef beräkna kostnaderna för sponsringssamarbetet. För att ett sponsoravtal ska vara lämpligt att ingå ska summan av de beräknade kostnaderna vara lägre än den ersättning vi får i sponsormedel.

Mellanskillnaden mellan den ersättning sponsorn ger och de beräknade kostnaderna för samarbetet kan betraktas som en ersättning för den marknadsföring och goodwill som sponsorn får genom universitetets exponering av sponsors namn eller varumärke.

Efter sponsoravtalet är avslutat ska resultatet utvärderas i relation till både angivna mål och till budget (se handläggningsordning).

Skriftliga avtal

Sponsringsavtal ska alltid upprättas skriftligen. En avtalsmall för sponsring finns som bilaga till denna policy. Universitetsjurist hjälper till med granskning eller justering av avtal.

Om ett avtal skrivs utan avtalsmallen ska det innehålla

- uppgifter om ansvar
- syfte och mål med sponsringssamarbetet
- sponsorsumman och motprestationer
- tidpunkt när avtalet slutar att gälla och när det kan sägas upp av respektive part
- åtgärder vid avtalsbrott och eventuell tvist
- riktlinjer för användning av universitetets namn, logotyp eller båda

Beräkningar och redovisning

Inför ett sponsringssamarbete ska prefekt eller enhetschef göra en kalkyl för att inte riskera att resultatet av sponsring blir ett underskott. Intäkter från sponsring ska redovisas och faktureras i enlighet med gällande rutiner i ekonomihandbokens avsnitt om sponsring

Övriga dokument

Här presenteras en sammanställning av regler, policydokument och övriga dokument som kan ha betydelse i samband med sponsring. Observera att detta inte är en komplett lista. I samband med sponsring är det därför viktigt att uppdatera sig över aktuella regler och policydokument.

- Umeå universitets policy för mottagande av donationer, Dnr 200 1759-09
- Regler för anslagstavlor, aktiviteter m.m. vid Umeå universitet Dnr: 102-1845-08
- Umeå universitets policy mot tagande och givande av muta Dnr 100-2052-12
- Grafisk manual och webbinstruktioner, sidorna för anställda på webben

Handläggningsordning

Det ska alltid skrivas avtal i samband med sponsring, både när universitetet är sponsortagare och när det är sponsor. Avtalet ska alltid innehålla uppgifter om:

- uppgifter om ansvar
- syfte och mål med sponsringssamarbetet
- sponsorsumman och motprestationer
- tidpunkt när avtalet slutar att gälla och när det kan sägas upp av respektive part
- åtgärder vid avtalsbrott och eventuell tvist
- riktlinjer för användning av universitetets namn, logotyp eller båda

En avtalsmall finns som en bilaga till sponsringspolicyn. För värdering av motprestationer i förhållande till sponsringsbidrag ska en förkalkyl upprättas.

Handläggningsordning där universitetet är sponsortagare:

1. Prefekt eller motsvarande lämnar in en sponsorförfrågan till berörd dekan eller förvaltningschef.
2. Dekan eller förvaltningschef godkänner eller avslår sponsorförfrågan. Om förfrågan godkänns lämnas ärendet till universitetsdirektören som via registraturen utser en handläggare. Ärendet skickas till kommunikationschef och budgetchef för kännedom.
3. Universitetsdirektör upprättar avtalet i samråd med prefekt eller motsvarande, universitetsjurist, kommunikationschef och budgetchef.
4. Sponsoravtalet undertecknas av universitetsdirektör eller rektor i enlighet med delegationsordningen.
5. Prefekt eller motsvarande ansvarar för att sponsorsamarbetet utvärderas årligen och efter avslutat sponsorsamarbete. Kopia av rapporten skickas till kommunikationschefen och budgetchef. Prefekt eller motsvarande ansvarar för att arkivera rapporten.

Handläggningsordning där universitetet är sponsor:

1. Prefekt eller motsvarande lämnar in en sponsorförfrågan till berörd dekan eller förvaltningschef.
2. Dekan eller förvaltningschef godkänner eller avslår sponsorförfrågan. Om förfrågan godkänns lämnas ärendet till universitetsdirektören som via registraturen utser en handläggare. Ärendet skickas för kännedom till kommunikationschef och budgetchef.
3. Universitetsdirektören upprättar avtalet i samråd med prefekt eller motsvarande i samråd med universitetsjurist, kommunikationschef och budgetchef.
4. Sponsoravtalet undertecknas av universitetsdirektör eller rektor i enlighet med delegationsordningen.
5. Prefekt eller motsvarande ansvarar för att sponsorsamarbetet utvärderas och rapporteras senast 30 dagar efter avslutat sponsorsamarbete. Kopia av rapporten skickas till kommunikationschef och budgetchef. Prefekt eller motsvarande ansvarar för att arkivera rapporten.

Har du frågor om sponsringssamarbeten?

- Ekonomienheten svarar på frågor om kalkyler och ekonomisk uppföljning
- Enheten för kommunikation och internationella relationer svarar på frågor om lämplighet, motprestationer och varumärke
- Universitetsjurist svarar på frågor om avtal och juridiska frågor

AVTAL OM SPONSRING

Följande avtal om sponsring har träffats mellan Umeå universitet (nedan kallat universitetet), [Fyll i sponsorns namn och adress] och [Fyll i sponsorns namn och adress] (nedan kallat sponsorn).

1
Sponsorverksamhet som inbegriper universitetet skall vara öppen och tåla granskning från medier och allmänhet sida. Det är avgörande att förtroendet för universitetet inte rubbas. All sponsorverksamhet skall därför följa universitetets riktlinjer för sponsring. Detta innebär bl.a. att sponsringen inte får medföra att sponsorn får avgörande inflytande i beslutsprocesser vid universitetet. Inte heller får sponsorsamarbetet medföra att sponsorn får exklusiv rätt att leverera varor eller tjänster till universitetet.

Detta sponsorsamarbete omfattar [Fyll i kort bakgrundsbeskrivning av vad som sponsras samt syfte och mål med sponsorsamarbetet]

2
Sponsorn stödjer universitetet för ovan angivna med [Fyll i ++ kr, exkl moms. Om sponsorinsatsen inte är i pengar, skriv vad insatsen består av och värdet av detta].

3
Universitetet förbinder sig till den motprestation som beskrivs i bilaga 1. [Bilaga 1 ska innehålla en detaljerad beskrivning av universitetets åtagande]
Ansvarig för genomförandet hos universitetet är projektledare. [Fyll i projektledarens namn och eventuellt kontaktuppgifter]
Kontaktperson hos sponsorn är: [Fyll i kontaktpersonen namn och eventuellt kontaktuppgifter]

4
[Välj alternativ 1 eller 2]
[Alternativ 1] Beloppet betalas efter fakturering då detta avtal är undertecknat. Betalning ska ske inom 30 dagar från fakturadatum. Vid försenad betalning har universitetet rätt att debitera dröjsmålsränta enligt räntelagen.
[Alternativ 2] Om sponsorinsatsen inte är i pengar, ange när och hur insatsen tillkommer universitetet.

5
Ingen av parterna har någon ersättningsskyldighet mot den andre om part hindras att utföra sina åtaganden på grund av förhållanden som han inte kunnat förutse och vars menliga inverkan han inte rimligen kunnat undanröja.

6
Vardera parten har rätt att häva avtalet om den andra parten gjort sig skyldig till väsentligt avtalsbrott och inte avhjälpt detta inom 14 dagar efter mottagandet av meddelande om att den första parten annars avser att häva avtalet.

7
Övrigt:
[Fyll i eventuella övriga villkor som inte redan framgår av mallavtalet, t.ex. om motprestationen är avhängig visst handlande från sponsorn]

8
Tvister angående giltighet, tolkning eller tillämpning av detta avtal skall i första hand lösas genom förhandling mellan parterna.

9
Avtalet, som är upprättat i två exemplar varav parterna tar varsitt, träder i kraft då det undertecknats av parterna och upphör när [Fyll i tidpunkt] [eller när universitetet utfört sina åtaganden och erhållit sponsorinsatsen enligt punkt 2 och 3].

Fakturerering och redovisning av sponsring

Huvudprincipen är att hela den avtalade ersättningen oavsett om den består av kontanta medel eller barter ska bokföras som en intäkt.

Sponsring i form av pengar

Sponsring i form av pengar ska redovisas som *Övriga intäkter* i verksamheten. Vid fakturerering av sponsring ska moms alltid läggas på om inte varan eller tjänsten är undantagen från skatteplikt.

Sponsring genom barter

Barter är en byteshandel där en vara eller tjänst byts mot en annan. Sponsring genom barter redovisas på annat sätt än sponsring i form av kontanta medel.

Redovisning av sponsring genom barter ska göras i enlighet med Ekonomistyrningsverkets rekommendationer. Kontakta ekonomienheten för rådgivning när det gäller den praktiska hanteringen av redovisning av sponsring genom barter.

Då ingen betalning sker i form av pengar, kommer värdet av de varor och tjänster som Umeå universitet tillhandahåller sponsorn vanligtvis att motsvara värdet av de varor och tjänster som sponsorn ställer till Umeå universitets förfogande.



Remissvar:

Umeå naturvetar- och teknologkår, NTK	
Lärarhögskolan	Inga synpunkter
Ekonomienheten, EA	
Samhällsvetenskapliga fakulteten	
Medicinska fakulteten	Inga synpunkter
Studentcentrum	Inga synpunkter
SACO	
Teknisk-naturvetenskaplig fakultet	Inga synpunkter
Universitetsjurist	

Sammanfattning

Sponsringspolicyn gick ut på remiss den 18 december och den 16 januari skulle yttranden ha inkommit. Totalt kom det in 9 stycken remissvar, fyra av dessa remissvar hade inga synpunkter. Eftersom remissvaren haft väldigt olika karaktär så har jag valt att redovisa inkomna synpunkter under respektive enhet.

Överlag så har vi tagit hänsyn till de synpunkter som har kommit in, oftast har det varit mindre förändringar som har lett till förbättringar av sponsringspolicyn eller anpassningar efter exempelvis gällande delegationsordning. SACOs för i sitt remissvar fram att Umeå universitet inte bör vara sponsor, men eftersom vi har så tydlig policy i detta avseende där universitetsdirektör eller rektor är den som skriver under avtalet ser vi ingen risk i att universitetet kommer göra fel handläggning av dessa ärenden.

Sponsringspolicyn har även gått ut till förvaltningens språkkonsult som har kommit med en del synpunkter på hur förändringar i språket kan bidra till en mer lättläst sponsringspolicy. Därför kommer även dessa att tillföras i dokumentet efter att hänsyn tagits till ändringarna från remissvaren.

NTK

NTK anser att remissen överlag ser bra ut. De vill gärna se ett förtydligande om hur man ska gå vidare med tvisten om parterna inte kan komma överens och att sponsorpengar ska redovisas separat inte som Övrig intäkt för att ha en bättre översyn av ingångna sponsoravtal.

Om det inte finns reglerat var en tvist ska lösas så kommer det automatiskt att bli i tingsrätten där dessa tvister hamnar, och det är inom det ordinarie rättssystemet som vi vill att tvister ska regleras.

Eftersom universitetet på årlig basis måste redovisa ingångna sponsoravtal så ser vi ingen risk att det inte kommer vara översiktligt.

Universitetsjurist

Universitetsledningens kansli bör bytas mot universitetsjurist på grund av att det är svårt att veta hur vår framtida organisation kommer att se ut och därför blir det tydligare att använda funktion än organisation.

Eftersom delegationsordningen på Umeå universitet är så att universitetsdirektör och rektor har samma rätt att teckna avtal. Därför bör universitetsdirektören oavsett belopp alltid ha rätt att underteckna sponsoravtal.

Universitetsjuristen lyfter även fram att diarietföring, utvärdering och rapporter ska ligga hos den prefekt som initierat ärendet (eller enhetschef om det är på universitetsförvaltningen).

Vi har tagit hänsyn till samtliga ändringar förutom att det fanns önskemål om att lägga in hänvisning till andra policys inne i texten, men vi har tidigare valt att lägga hänvisningarna under en speciell punkt för att göra den mer lättläst.

Ekonomienheten

EA behöver inte ha sponsorärenden för kännedom eftersom eventuella avtal ska läggas in i ekonomisystem under ett nytt projektnr. De anser även att inte chefen för EA kan ansvara för att utvärderingar årligen kommer in och arkiveras.

Vi har tagit hänsyn till samtliga ändringar. Den senare har att göra med universitetsjuristens kommentar att vi rapport, arkiveringsansvar m.m. ska ligga hos prefekt och blir därför ändrat på det sätt som EA vill.

Samhällsvetenskapliga fakulteten

De har lämnat in ett remissvar utifrån att det är viktigt att förtydliga hur sponsring får användas i samband med utbildning. Höjd ambitionsnivå ingår även det i kärnverksamheten.

Även Samhällsvetenskapliga fakulteten har lyft fram att det är viktigt att använda sig av rådande delegationsordning så att det är prefekten, eller motsvarande, som ansvarar för utvärdering och arkivering.

Det finns en otydlighet i policyn när det gäller huruvida universitet kan anställa personer för sponsormedel, vilket kommer att ses över.

De framför även att det kan vara svårt att avgöra om ett företag uppenbart skadar människor eller miljö. Efter ett samtal med samhällsvetenskapliga fakulteten så låter vi det stå kvar, då det kan vara viktigt utifrån de företag som vi vill förknippas med. Ett företag som producerar snus och cigaretter skulle kunna vara ett exempel på ett företag som uppenbart skadar människor och som vi inte vill att vårt varumärke associeras med.

Vi kommer i remissen förtydliga hur sponsring får användas i utbildning. Till följd av att det inte går att kontrollera om företag eller organisationer diskriminerar anställda eller kunder ta bort denna formulering från sponsringpolicyn.

De ser även förtydligande kring när sponsring kan användas eftersom även höjd ambitionsnivå är kärnverksamhet.

SACO

Saco är den som har haft mest att invända och har haft synpunkter på den del när universitetet är sponsor. De avråder universitetet att vara sponsor på grund av att statligt

medel inte får användas till att sponsra andra verksamheter och merparten av medel som finns inom universitet är statligt medel och ser risker med en förtroendeskada.

”Saco-S ser uppenbara risker med att sponsring kan komma att leda till förtroendeskada och kan inte nog understryka vikten av en ytterst noggrann prövning som också måste ges tillräcklig tid och genomföras objektivt.”

Eftersom sponsringspolicyn är väldigt tydlig att vi ska vara restriktiva med att sponsra och att inga statsanslag får användas och att det enbart är universitetsdirektör och rektor som har mandat att teckna sponsoravtal så ser vi inga risker med att fel handläggning skulle ske. Sponsring är i vissa sammanhang väldigt bra att använda för marknadsföring och att göra denna begränsning vore olycklig.