

Dokumenttyp Policy	Ansvarig verksamhet Kommunikationsavdelningen	Version Version 1	Antal sidor 3
Dokumentägare Hedvig Bergenheim	Fastställare Regionfullmäktige	Giltig fr.o.m. 2019-10-22	Giltig t.o.m. Tillsvidare

Policy för marknadsföring, reklam och sponsring

Gäller för: Region Värmland

Sammanfattning

All marknadsföring som Region Värmland bedriver ska vara en integrerad del av Region Värmlands strategiska kommunikation och syfta till att öka kunskapen om organisationen och dess verksamheter samt bidra till att organisationens varumärke stärks.

Marknadsföringen ska vara saklig och korrekt och genomsyras av Region Värmlands värdegrund samt bedrivs professionellt och öppet samt alltid föregås av noggranna etiska överväganden.

Region Värmland ger inte sponsringsstöd och agerar inte som sponsor enligt definitionen i denna policy.

Policyn gäller för Region Värmlands samtliga verksamheter.

Till policyn kommer riktlinjer som mer i detalj beskriver hur Region Värmland arbetar med marknadsföring inom de olika verksamheterna att tas fram.

Bakgrund och syfte

Region Värmland är en offentlig, demokratiskt styrd och huvudsakligen skattefinansierad organisation som utan vinstintressen eller andra sidointressen ska fullgöra sina uppdrag inom hälso- och sjukvård, tandvård, regional utveckling och kollektivtrafik. Region Värmland arbetar utifrån visionen *Livskvalitet i världsklass* och värdegrunden *För alla i Värmland*.

För att allmänheten, medarbetare och samarbetspartners ska känna förtroende för att Region Värmlands verksamheter bedrivs på ett sakligt, korrekt och jämlikt sätt är det viktigt att Region Värmland, utöver de lagar och förordningar och skatteregler som reglerar marknadsföringsområdet, har ett gemensamt förhållningssätt i dessa frågor.

Syftet med policyn är att klargöra vad som gäller inom Region Värmland i frågor som rör marknadsföring, reklam och sponsring på en övergripande nivå.

Definitioner och gränsdragningar

Marknadsföring

Marknadsföring är ett samlingsbegrepp för alla de kommunikationsinsatser Region Värmland genomför i syfte att informera om verksamheterna eller sprida kunskap i en fråga.

Reklam

Reklam är den enskilda marknadsföringsåtgärden Region Värmland genomför i syfte att nå ut med ett budskap.

Sponsring

Sponsring är ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för två (eller flera) parter, där sponsorn lämnar ersättning i form av pengar, varor och/eller tjänster och den sponsrade parten som motprestation tillhandahåller tjänster som ger sponsorn reklam, stärker sponsorns varumärke eller är till annan nytta för sponsorn. Bidrag utan motsvarande motprestation är inte sponsring.¹

Gränsdragning mellan sponsring och reklam

Informationsmaterial som endast innehåller uppgift om avsändare, till exempel Region Värmlands logotyp eller namn, anses som sponsring. Om informationen innehåller ett budskap betraktas det som reklam.

Gränsdragning mot gåvor och bidrag

För myndigheter har gränsdragning mellan bidrag och sponsring betydelse. För bidrag som en myndighet tar emot finns särskilda regler som kan bli aktuella, exempelvis donationsförordningen. Även för företag är gränsdragning viktig eftersom kostnader för sponsring är avdragsgilla i inkomstdeklarationen medan gåvor inte är avdragsgilla. Ett bidrag, en donation eller en gåva innebär att en givare lämnar pengar eller andra tillgångar till en mottagare utan krav på motprestation. Bidragsgivaren får inte heller på grund av bidraget åtnjuta särskild förmånsställning, ställa krav på hur uppgiften ska utföras eller kräva att vissa resultat ska uppnås.

Grundläggande värderingar, principer och förhållningssätt

- Region Värmlands varumärke, trovärdighet, opartiskhet och oberoende ska alltid värnas.
- All marknadsföring som Region Värmland bedriver ska vara en integrerad del av Region Värmlands strategiska kommunikation och syfta till att öka kunskapen om organisationen och dess verksamheter samt bidra till att organisationens varumärke stärks.
- All information i marknadsföringen ska vara sann och innehållet ska vara sakligt och korrekt. Uppgifter som bygger på värderingar ska vara väl underbyggda och vila på saklig grund.
- Marknadsföringen ska genomsyras av Region Värmlands värdegrund och bedrivs professionellt och öppet. Marknadsföringen ska alltid föregås av noggranna etiska överväganden.
- Region Värmland ger inte sponsringsstöd och agerar inte som sponsor enligt definitionen av sponsring i denna policy.
- Det är inte tillåtet att ta emot sponsringsbidrag inom Region Värmlands verksamheter.

¹ Det finns inte någon enhetlig allmänt vedertagen definition av sponsring. Region Värmland har därför valt att använda sig av Västra Götalandsregionens definition som bla utgår från Skatteverkets riktlinjer för sponsring.

- Region Värmland och dess anställda ska inte ta ställning för, gynna eller förorda² särskilda varumärken, produkter, tjänster, näringsverksamheter, organisationer eller dylikt gentemot allmänheten om det inte finns särskilda skäl³ för det.
- Region Värmlands anställda får i rollen som regionanställda inte medverka i reklam eller marknadsföringsaktiviteter för externa näringsverksamheters produkter, tjänster, verksamheter eller varumärken.
- Det ska tydligt framgå att verksamheter ägs, drivs och eller finansieras av Region Värmland, bland annat genom exponering av Region Värmlands logotyp.
- Exponering av namn på bidragsgivare/donatorer/samarbetspartners får inte riskera att ge ett vilseledande intryck av att en i huvudsak regionfinansierad verksamhet skulle vara finansierad av någon annan.

Dokumentet är utarbetat av: Hedvig Bergenheim,

² Den interna användningen av upphandlade produkter och tjänster ska självfallet gynnas och förordas inom respektive verksamhet i enlighet med ingångna inköpsavtal och Region Värmlands inköpsprocess.

³ Särskilda skäl kan tex vara politiska beslut om rekommenderade miljömärkta, ekologiska och rättvisemärkta produkter, om att förorda den billigaste eller mest ändamålsenliga varianten av läkemedel samt tex tjänster/produkter som kan vara till nytta för en patients vård, behandling, rehabilitering och friskvård