



UPPSALA  
UNIVERSITET

Dnr UFV 2023/454

# Riktlinjer för sponsring

---

Fastställd 2023-05-10

## Innehållsförteckning

Definition	3
Allmänt	3
Handläggningsordning	3
Avgränsningar	4
Uppsala universitet som mottagare av sponsorstöd	4
Uppsala universitet som sponsor	5

## Definition

Sponsring är ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för två eller flera parter. Den sponsrade ger vissa förmåner till sponsorn och får som motprestation kontanta medel eller annan motprestation. Om inget krav på motprestation har avtalats, är det inte fråga om sponsring utan en donation.

## Allmänt

Allmänhet, anställda och studenter ska alltid kunna känna förtroende för att verksamheten bedrivs sakligt och korrekt samt att forskning och utbildning präglas av integritet och självständighet. Om det hos allmänheten finns en uppfattning att en intressekonflikt föreligger eller att otillbörlig påverkan har förekommit, kan detta utgöra en risk för Uppsala universitets anseende. Därför ska noggranna överväganden och riskbedömningar alltid göras i samtliga fall som rör sponsring.

Krav på avgörande inflytande från externa intressenter i beslutsprocesser vid Uppsala universitet får ej förekomma.

Om sponsringssamarbetet medför att universitetet byter varor eller tjänster med sin samarbetspart, kan det handla om så kallad ”barter”. Barter avser en affärsmässig byteshandel där kontanta medel inte används. Byteshandel får inte användas för att kringgå Lagen om offentlig upphandling eller universitetets egna riktlinjer – till exempel får universitetet inte låsa sig vid en barterleverantör, om det är mer fördelaktigt att anlita en annan leverantör. Moms ska utgå på samma sätt som om ersättningen hade varit i form av kontanta medel och enklast är att parterna fakturerar varandra för respektive prestation. Det är därför viktigt att värdet av prestationen klargörs och bokförs.

All sponsorverksamhet som inbegriper Uppsala universitet ska präglas av öppenhet och tåla granskning från mediernas och allmänhetens sida.

## Handläggningsordning

Skriftliga avtal ska alltid upprättas, oavsett ekonomisk omfattning och oavsett om motprestationen utgår i form av kontanta medel eller på annat sätt.

Mall för avtalsdokument tillhandahålles av juridiska avdelningen. Om annat skriftligt avtalsdokument än juridiska avdelningens mall används, ska avtalet innehålla uppgifter om avtalsparter, ansvar, syfte och mål med sponsorsamarbetet, definition och värde av sponsorsumman och motprestationen, hur parterna får referera till sponsringsrelationen, vad som händer om det sponsrade evenemanget ställs in, när avtalet upphör och när det kan sägas upp av någon av parterna samt åtgärder vid avtalsbrott och eventuell tvist.

Avtal om sponsringssamarbete tecknas i enlighet med Delegationsordning för Uppsala universitet (UFV 2020/945) och Delegationsordning för universitetsförvaltningen vid Uppsala universitet (UFV 2022/2672).

Befattningshavare till vilken rätten att teckna sponsoravtal har delegerats slutför diskussioner med tilltänkt sponsor eller mottagare av sponsormedel efter samråd med

- ekonomidirektören i frågor som rör värdering av motprestationer i förhållande till sponsorbidrag;
- kommunikationsdirektören i ärenden som rör exponering av universitetets logotyp och andra varumärkesrelaterade frågor;
- chefen för Development Office i frågor som rör mottagande av sponsring;
- akademiombudsmannen i frågor som rör juridiska aspekter av sponsring.

Upphandlingschefen svarar för rådgivning kring upphandlingsfrågor. Juridiska avdelningen bistår med granskning av sponsringsavtal.

## Avgränsningar

Uppsala universitet ska inte sponsra eller ta emot sponsorstöd från

- politiska partier eller religiösa organisationer;
- företag/organisationer som bedriver verksamhet som universitetet bedömer strider mot Uppsala universitets värdegrund;
- företag/organisationer som universitetet bedömer ifrågasätter vetenskapligt vedertagna metoder eller principer.

Uppsala universitet förbehåller sig rätten att i varje enskilt fall avböja ett sponsorsamarbete av etiska eller andra skäl än de som anges i punkterna ovan.

## Uppsala universitet som mottagare av sponsorstöd

Sponsring får inte omfatta en institutions (motsvarande) baskostnader, till exempel löner, utan ska vara ett sätt att finansiera specificerade och tidsbegränsade projekt eller evenemang.

I ett skriftligt avtal ska regleras vilka krav på motprestationer som överenskommit. Motprestationer kan t ex vara exponering av logotyp i trycksaker som visar att företaget/organisationen stödjer universitetets verksamhet, ett visst antal fribiljetter till universitetets museer eller att företag eller organisationer får använda universitetets lokaler till reducerat pris.

I de fall exponering av företags- eller organisationslogotyp sker i material som har Uppsala universitet som avsändare ska tydligt anges att detta avser en sponsorinsats. Sponsring får inte ske i strid med de regler för upphandling som gäller vid Uppsala universitet. Mottagande av intäkter ska redovisas i enlighet med gällande principer och normer för redovisning som fastställts av ekonomidirektören.

## Uppsala universitet som sponsor

Sponsring kan ingå i universitetets totala marknadsföringsinsatser och ska, i de fall det är aktuellt, bidra till att stärka Uppsala universitets varumärke.

Ekonomiskt stöd från universitetets sida utan definierade motprestationer från mottagaren av sponsorstödet får inte förekomma. Innan beslut fattas i ett ärende där Uppsala universitet avses bli sponsor ska samråd ske med ekonomidirektören gällande värderingen av motprestationen och kommunikationsdirektören i varumärkesfrågor.

