

Sponsorpolitik for Energi Fyn-koncernen

Formål

Sponsoring udgør et væsentligt omdrejningspunkt i Energi Fyns markedsføringsindsats, såvel på kort som langt sigt. Det gør den, fordi de oplevelser, begivenheder og events, som sponsoraterne indgår i, rummer positive værdier og dimensioner - til gavn for Energi Fyns andelshavere og kunder samt profileringen og opfattelsen af Energi Fyn-koncernen.

Det er endvidere hensigten, at sponsorpolitikken understøtter koncernens overordnede vision, mission, værdigrundlag og strategi.

Mål

Det er Energi Fyns overordnede mål til enhver tid at have en aktiv og integreret sponsorplatform, som ud fra dels konsistens, dels nyskabelse er i stand til at tilføre koncernen merværdi set i forhold til andelshavere, kunder, medarbejdere og øvrige interessenter.

Med sponsoringen er det Energi Fyns mål at:

- øge kendskabet til Energi Fyn og derigennem styrke koncernens image og goodwill gennem gode og berigende oplevelser.
- knytte vores andelshavere og kunder tættere til os som følge af de fælles oplevelser, som sponsoraterne kan tilføre.
- støtte op omkring og tage aktivt del i de begivenheder og events, der sker i det lokale og regionale område.
- etablere og vedligeholde netværksrelationer.
- opnå et fælles internt referencepunkt, som medarbejdere, ledelse og bestyrelse kan være stolte af og engagerede i, ligesom også sponsoringen kan medvirke til at tiltrække nye medarbejdere.
- udvise social ansvarlighed over for initiativer og tiltag, der har betydning for Fyn.

Principper

Det er Energi Fyns grundholdning, at et sponsorat indgås som et forretningsmæssigt samarbejde, der skaber værdi for begge parter. Det er ligeledes Energi Fyns holdning, at et givent sponsorsamarbejde skal være foreneligt med vores gældende værdier: Ansvarlig, Engageret, udvikling. Endelig skal sponsoratet indgå i en kontekst, som understøtter koncernens vision, mission og strategi.

Med baggrund i ovenstående målsætninger ønsker Energi Fyn, at sponsoringen som udgangspunkt er lokalt og regionalt forankret. Det vil sige, at sponsoraterne skal have tilknytning til og/eller udspringe fra Fyn. Såfremt der igangsættes salgs- og kampagneindsatser uden for vores naturlige markedsområde, kan der i kombination hermed indgås sponsorater, såfremt det vurderes, at et givent sponsorat kan understøtte den øvrige indsats.

Sponsorplatformen ønskes bredt sammensat. Det vil sige, at Energi Fyn har fokus på såvel sportslige som kulturelle sponsorater. Inden for især de sportslige sponsorater ønsker Energi Fyn at sponsere dels eliteidrætten, dels breddeidrætten med hovedvægt på sidstnævnte og gerne i kombination.

Energi Fyn sponsorerer ikke enkeltpersoner samt politiske og religiøse sponsorprojekter. Samtidig er koncernens medarbejdersponsorater samt uddeling fra fondene ikke omfattet af denne sponsorpolitik. Dog er det således, at fondsprojekterne i Energi Fyns Almene Fond ofte udgør et supplement på den kulturelle del af sponsorplatformen.

Indholdet af et givent sponsorat kan variere - fra et decideret sponsor fee til ydelser i form af materialer, mandetimer etc. Ligeledes vil Energi Fyns sponsorater til enhver tid bestå af et hensigtsmæssigt miks af få store og langsigtede sponsorater samt af mindre, enkeltstående/lejlighedsvis sponsorater, dog med hovedvægten lagt på førstnævnte.

Indholdet af sponsorplatformen søges fastlagt inden det aktuelle år, dog således der altid er en sponsorpulje til på forhånd ikke-definerede sponsorater.

Strategi

Med udgangspunkt i ovenstående principper er det Energi Fyns strategi, at:

- vurdere potentielle sponsorsamarbejder, herunder dets sårbarhed samt såvel positive som eventuelle negative konsekvenser, som den givne beslutning kan afstedkomme. Vurderingen skal danne grundlag for beslutning om til- eller fravalg.
- udnytte sponsoraterne og de tilhørende netværk aktivt og integrere dem, således der skabes sammenhæng og værdi til den øvrige markedsføringsindsats.
- skabe en hensigtsmæssig sponsorplatform bestående af hovedsageligt få store og langsigtede sponsorsamarbejder i kombination med en pulje af mindre sponsorater og/eller lejlighedsponsorater.
- stræbe efter eksklusivitet inden for de sponsorater, hvor dette er muligt og hensigtsmæssigt.
- sponsorater indgås med udgangspunkt i en sponsorkontrakt, som klart definerer parternes ydelser.

Tilgang og evaluering

Energi Fyn ønsker med en proaktiv tilgangsvinkel at holde sig ajour med sponsormarkedet, herunder nye tendenser og muligheder med henblik på til enhver tid at kunne optimere den fremadrettede sponsorindsats. Afhængig af sponsoratets art og størrelse drøftes og defineres mål med sponsoratet, målgruppe, strategi, eksponering, aktiviteter, budget, tidshorisont og måling af effekt.

I forlængelse af ovenstående søger Energi Fyn, så vidt det er muligt, hele tiden at evaluere de forskellige sponsorater og finde redskaber til at måle effekten af dem. Med baggrund i dokumentationen søges sponsorplatformen til enhver tid optimeret inden for de givne økonomiske rammer og muligheder.

Opdateret den 25. september 2018.