

Tjänsteställe, handläggare  
Staben Kommunikation, Marjetta Leijonhufvud

Sammanträdesdatum  
2024-05-29

**FöredragningsPM**  
Dnr: 23RS7643

Organ  
**Regionstyrelsen**

## **Riktlinje för marknadsföring, reklam och sponsring**

### **Förslag till beslut**

Regionstyrelsen beslutar

att fastställa riktlinje för marknadsföring, reklam och sponsring, samt

att riktlinje för arenaskyltning utgår.

### **Sammanfattning**

Den Policy för marknadsföring med tillhörande riktlinjer som Region Örebro län har utgått ifrån i det dagliga arbetet fastställdes av landstingsfullmäktige 1999. Sedan dess har det skett en fusion 2015 med Regionförbundet Örebro län. Regionen har blivit kollektivtrafikmyndighet samtidigt som många förändringar har skett i vår omvärld. Därför har en Riktlinje för marknadsföring, reklam och sponsring skrivits fram i syfte att klargöra principer och förhållningssätt samt tillvägagångssätt inom marknadsföring av och i vår verksamhet, inklusive sponsring. Riktlinjerna innehåller tio övergripande principer och förhållningssätt som är styrande.

Tjänsteställe, handläggare  
Staben Kommunikation, Marjetta Leijonhufvud

Sammanträdesdatum  
2024-05-29

**FöredragningsPM**  
Dnr: 23RS7643

### **Ärendebeskrivning**

Den Policy för marknadsföring med tillhörande riktlinjer som Region Örebro län har utgått ifrån i det dagliga arbetet fastställdes av landstingsfullmäktige 1999. Sedan dess har det skett en fusion 2015 med Regionförbundet Örebro län. Regionen har blivit kollektivtrafikmyndighet samtidigt som många förändringar har skett i vår omvärld.

En ny riktlinje skrivits fram utifrån landstingets tidigare policydokument och de behov av styrning som bedöms finnas på området.

Syftet med riktlinjerna är att klargöra principer och förhållningssätt samt tillvägagångssätt inom marknadsföringsområdet. Riktlinjerna ska bidra till regionen följer lagar och regler på området samt verkar på ett sätt som skapar förtroende för vår organisation och verksamhet.

Riktlinje för marknadsföring, reklam och sponsring innehåller tio övergripande principer och förhållningssätt som är styrande. Därtill finns underavsnitt med detaljerade riktlinjer som beskriver eventuella förtydliganden eller undantag.

Riktlinjerna beskriver bland annat vad vi som offentlig myndighet ska tänka på när vi informerar om eller marknadsför olika produkter till länsinvånarna i egna eller köpta kanaler, hur vi ska värna om en reklamfri verksamhet och hur våra anställda ska förhålla sig till andra varumärken, produkter, tjänster med mera. De reglerar också regionens förhållningssätt till sponsring där vi föreslår en restriktiv hållning både i rollen som sponsor och mottagare av sponsring.

I och med den nya riktlinjen kan Riktlinje för arenaskyltning utgå.

De nya föreslagna riktlinjerna har avgränsats i jämförelse med landstingets tidigare policy och innehåller inte styrningar på områdena försäljning, ekonomiska samarbeten och gåvor. Dessa får hanteras framöver.

### **Konsekvenser för miljö-, barn- och jämställdhetsperspektiven**

Inga bedömda konsekvenser.

### **Ekonomiska konsekvenser**

Beslutet kan leda till en ökad återhållsamhet kring inköp av annonsutrymme och tecknande av sponsoravtal.

Tjänsteställe, handläggare  
Staben Kommunikation, Marjetta Leijonhufvud

Sammanträdesdatum  
2024-05-29

**FöredragningsPM**  
Dnr: 23RS7643

**Beslutsunderlag**

FöredragningsPM regionstyrelsen 2024-05-29

Riktlinje för marknadsföring, reklam och sponsring

Rickard Simonsson  
Regiondirektör

**Skickas till:**

Samtliga nämnder  
Förvaltningschefer  
Strategigruppen för kommunikation