



Zasady polityki sponsoringowej Wałbrzyskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej „INVEST-PARK” sp. z o.o.

Niniejszy dokument określa ogólne zasady dotyczące prowadzenia działalności sponsoringowej i innej o zbliżonym charakterze w Wałbrzyskiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej „INVEST-PARK” sp. z o.o. z siedzibą w Wałbrzychu, dalej „Spółce”. Przez działalność sponsoringową Spółka rozumie transparentne działania zmierzające do uzyskania obopólnych korzyści przez sponsora (Spółkę) oraz podmiot sponsorowany. Niniejsza polityka ma charakter jawny i tym samym została podana do wiadomości publicznej poprzez publikację na stronie internetowej Spółki.

1. Spółka prowadzi działalność sponsoringową w oparciu o niniejszą Politykę, powszechnie obowiązujące przepisy prawa i zasady współżycia społecznego z uwzględnieniem zasad społecznej odpowiedzialności biznesu.
2. Do głównych celów działań sponsoringowych realizowanych przez Spółkę należy w szczególności zaliczyć:
 - 1) propagowanie (upowszechnianie i wzmacnianie) oraz zwiększanie prestiżu i wartości Spółki poprzez zwiększanie stopnia jej znajomości i zasięgu jej oddziaływania,
 - 2) kreowanie wizerunku Spółki poprzez przenoszenie na nią pozytywnych skojarzeń z podmiotu sponsorowanego,
 - 3) wsparcie działań promocyjnych, w tym pozycjonowanie i prezentowanie logo Spółki,
 - 4) dotarcie z przekazem do istotnych dla Spółki podmiotów i środowisk,
 - 5) budowę reputacji Spółki, pozyskanie uznania i sympatii opinii publicznej oraz ulepszanie odbioru medialnego Spółki.
1. W ramach działalności sponsoringowej Spółka wspiera konkretne przedsięwzięcia (działania lub wydarzenia) realizowane na terenie co najmniej jednego z województw: dolnośląskiego, opolskiego i wielkopolskiego, przy czym głównym zamierzeniem jest wspieranie inicjatyw związanych z najbliższym otoczeniem Spółki.
2. Wnioskodawcą może być każdy podmiot posiadający zdolność prawną, bez względu na jego formę, podstawę prawną utworzenia czy cel działania.
3. Podmiot sponsorowany w zamian za realizację ustalonych świadczeń promocyjnych lub reklamowych na rzecz Spółki otrzymuje wsparcie finansowe lub rzeczowe z przeznaczeniem na pokrycie kosztów całości lub określonego zakresu prac związanych z organizacją i realizacją sponsorowanego projektu.
4. Przy wyborze przedsięwzięcia Spółka każdorazowo będzie brała pod uwagę potencjał promocyjny, w tym związany z kreowaniem pozytywnego wizerunku Spółki, dbając aby taka działalność przynosiła Spółce marketingowy ekwiwalent. W ramach prowadzonej



w tym zakresie polityki Spółka wspomaga przede wszystkim przedsięwzięcia związane ze społeczeństwem, sportem i kulturą w obszarach:

- 1) sportu profesjonalnego, w tym działań realizowanych przez: polskie związki sportowe, ligi zawodowe, stowarzyszenia i kluby sportowe oraz sportowców indywidualnych,
 - 2) wychowania fizycznego, sportu dzieci i młodzieży, sportu akademickiego, sportu dla wszystkich oraz sportu osób niepełnosprawnych,
 - 3) działalności kulturalnej, również w obszarze kultury masowej,
 - 4) inicjatyw proekologicznych oraz akcji społecznych.
5. Świadczenie sponsoringowe będzie udzielane wyłącznie na podstawie pisemnej umowy sponsoringowej, określającej szczegółowy zakres współdziałania Spółki i podmiotu sponsorowanego w ramach danego przedsięwzięcia oraz wszystkie prawa i wzajemne obowiązki stron, w tym obowiązek podmiotu sponsorowanego wykonania określonych świadczeń promocyjnych lub reklamowych na rzecz Spółki. Umowa taka powinna zawierać zapisy uprawniające Spółkę do jej rozwiązania w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonywania zobowiązań przez sponsorowanego. Umowy muszą być uzgodnione i podpisane przed rozpoczęciem działań sponsorskich.
6. W umowach sponsoringowych Spółka (sponsor) musi mieć zagwarantowaną możliwość natychmiastowego zaprzestania finansowania działań sponsorowanego w przypadku zaistnienia uzasadnionego podejrzenia naruszenia prawa w zakresie objętym umową, jak również na wypadek istotnego pogorszenia kondycji finansowej Spółki. Umowa sponsoringowa powinna zawierać obowiązek sporządzenia przez podmiot sponsorowany sprawozdania z otrzymanych środków finansowych, a także prawo żądania zwrotu wszelkich płatności związanych z wykonaniem umowy sponsoringowej w przypadku uzasadnionego podejrzenia naruszenia prawa przez podmiot sponsorowany.
7. Środki finansowe przeznaczone przez Spółkę na sponsoring i darowizny określone są na każdy rok w zatwierdzanych przez Radę Nadzorczą planach rzeczowo-finansowych Spółki. Pula tych środków nie powinna przekraczać 0,75% planowanych przychodów netto ze sprzedaży w danym roku. Zwiększenie puli środków na sponsoring i darowizny wskazanych w planie rzeczowo-finansowym wymaga każdorazowo uprzedniej zmiany samego planu w trybie przewidzianym Umową Spółki.
8. Decyzję o udzieleniu wsparcia sponsorskiego i jego wielkości każdorazowo podejmuje Zarząd (w trybie przewidzianym odrębną procedurą regulującą zasady podejmowania decyzji przez Zarząd) po formalnej i merytorycznej analizie wniosku przez Departament Komunikacji i CSR (DK) oraz po uprzedniej rekomendacji komisji oceniającej wnioski. Komisja składa się z co najmniej trzech członków, wśród których przynajmniej jeden powinien być pracownikiem innego departamentu niż DK.
9. Komisja udzielając rekomendacji kieruje się przede wszystkim interesem Spółki, typując w pierwszej kolejności takie projekty, których wsparcie przyniesie Spółce największą korzyść.



10. Prośbę o wsparcie sponsorskie należy złożyć na wniosku wedle wzoru zamieszczonego na stronie internetowej Spółki. Dopuszczalne jest złożenie wniosku w formie dokumentowej (podpisany skan wniosku wysłany pocztą elektroniczną na adres: dkm@invest-park.com.pl). Wniosek taki powinien zawierać w szczególności:
- 1) dane wnioskodawcy wraz z jego danymi kontaktowymi, w tym stroną internetową i nazwę profilu na portalu społecznościowym Facebook,
 - 2) szczegółowe informacje o planowanym projekcie, z uwzględnieniem dotychczasowego doświadczenia wnioskodawcy w realizacji jego wcześniejszych edycji lub innych podobnych projektów, tj.: główna idea i cel projektu (np. społeczny, sportowy), jego beneficjenci lub grupy beneficjentów, podjęte działania organizacyjne zmierzające do jego realizacji, zakładane rezultaty, planowany termin i harmonogram realizacji projektu, całkowity koszt oraz źródła jego finansowania, pozostali sponsorzy wspierający projekt,
 - 3) założenia i cele sponsoringu,
 - 4) rodzaj oczekiwanego wsparcia, w tym proponowany budżet,
 - 5) proponowany pakiet sponsorski (np. prezentacja Spółki i jej logo w materiałach drukowanych, na nośnikach reklamowych, w mediach, Internecie, przestrzeni miejskiej lub miejscu realizacji projektu, inne działania promocyjne),
 - 6) planowane działania komunikacyjne (tj. informacja w jaki sposób projekt zostanie nagłośniony, jakie media zostaną zaangażowane w komunikację, jaki jest planowany zasięg komunikacji),
 - 7) przewidywaną ocenę efektywności sponsoringu danego przedsięwzięcia z punktu widzenia Spółki.
11. Kwoty przeznaczone na sponsoring muszą być racjonalnie i merytorycznie uzasadnione w oparciu o prawidłowo wypełniony wniosek.
12. Zarząd Spółki rozpatruje wnioski o sponsorowanie na bieżąco według kolejności wpływu, w terminie do 30 dni od dnia ich otrzymania. W szczególnie uzasadnionych przypadkach, na wniosek DK Zarząd Spółki może wydłużyć termin rozpatrzenia danego wniosku, nie dłużej jednak niż do 90 dni od dnia jego otrzymania. O fakcie przedłużenia terminu DK niezwłocznie zawiadamia wnioskodawcę pisemnie lub na wskazany we wniosku adres poczty elektronicznej.
13. Wnioski nie rozpatrzone w terminie, o których mowa w pkt 14 powyżej, uznawane są jako wnioski rozpatrzone negatywnie.
14. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Zarząd Spółki może, w formie uchwały, odstąpić od stosowania niniejszej polityki.
15. Beneficjent, któremu zostanie udzielone wsparcie sponsoringowe, zostanie poinformowany o pozytywnej decyzji drogą pisemną lub dokumentową, na adres poczty elektronicznej Obdarowanego podany we wniosku.
16. DK publikuje na stronie internetowej Spółki informację o wspartych projektach, ze wskazaniem organizatora oraz rodzaju i wartości udzielanego wsparcia.



17. Wnioski, których braków nie usunięto w wyznaczonym terminie lub którym nie można nadać biegu z innych powodów (np. z uwagi na zbyt późne złożenie w stosunku do planowanego terminu realizacji projektu) nie będą rozpatrywane.
18. Z zastrzeżeniem kompetencji innych jednostek wskazanych w niniejszych Zasadach, wszystkie czynności związane ze sponsoringiem prowadzi DK.
19. DK przygotowuje, weryfikuje i archiwizuje kompleksową dokumentację spraw związanych ze sponsoringiem, obejmującą (stosownie do przebiegu prac nad wnioskiem oraz ostatecznej decyzji):
 - 1) wniosek podmiotu ubiegającego się o wsparcie wraz ze wszystkimi załączonymi dokumentami,
 - 2) korespondencję z wnioskodawcą dotyczącą uzupełnienia braków wniosku,
 - 3) decyzję Zarządu,
 - 4) zawiadomienie o pozytywnej decyzji,
 - 5) umowę wraz z ewentualną korespondencją dotyczącą procesu jej zawarcia,
 - 6) dokumentację wykonawczą w zakresie realizacji wsparcia, w szczególności kopię faktury/rachunku wystawionego przez wsparty podmiot oraz dowód przelewu środków lub przekazania wsparcia rzeczowego,
 - 7) sprawozdanie podmiotu sponsorowanego z realizacji obowiązków umownych,
 - 8) ewentualną dalszą korespondencję, np. w zakresie żądania zwrotu uzyskanych świadczeń, uzupełnienia sprawozdania itp.
20. W przypadku, gdy oprócz DK dysponentem środków finansowych przeznaczonych na sponsoring w oparciu o plan rzeczowo-finansowy jest inny departament Spółki, zasady udzielania wsparcia sponsorskiego opisane w pkt 1-21 stosuje się odpowiednio. W szczególności, departament dysponujący wyżej wymienionymi środkami jest zobowiązany powołać komisję na zasadach, o których mowa w pkt 10. Wnioski o sponsoring przygotowane w formie dokumentowej składa się na adres poczty elektronicznej departamentu podany na stronie internetowej Spółki, zakładka „Kontakt”.
21. Dokumentację związaną z udzielonym wsparciem sponsorskim przechowuje się w Spółce przez okres wynikający z regulacji Zakładowej Składnicy Akt, nie krócej jednak niż trzy lata od dnia udzielenia wsparcia (wypłaty środków/przekazania wsparcia rzeczowego).

Wnioski należy składać na następujący adres:

Wałbrzyska Specjalna Strefa Ekonomiczna „INVEST-PARK” sp. z o.o.

Ul. Uczniowska 16

58-306 Wałbrzych

dopisek: wniosek o sponsoring

Kontakt: e-mail: dkm@invest-park.com.pl; tel.: 74 664 91 69.



Miejscowość, data.....

WNIOSEK O SPONSORING

I. INFORMACJE OGÓLNE DOTYCZĄCE PROJEKTU

1. Nazwa projektu:
2. Miejsce i termin realizacji:

II. INFORMACJE O PODMIOCIE UBIEGAJĄCYM SIĘ O WSPARCIE

1. Pełna nazwa Podmiotu (Wnioskodawcy):		
2. Adres:	3. Gmina:	4. Powiat:
5. Numer telefonu:		6. Adres e-mail:
7. Adres strony internetowej, portalu Facebook, innych mediów społecznościowych:		
8. Osoba do kontaktów (imię i nazwisko, funkcja):		
9. Numer telefonu osoby kontaktowej:		10. Adres e-mail osoby kontaktowej:
11. Forma prawna Podmiotu:		
12. KRS:	13. NIP:	14. REGON:

<p>15. Podmiot wystawia fakturę VAT/rachunek/notę księgową (proszę wybrać jedną możliwość):</p>
<p>16. Osoby zarządzające Podmiotem uprawnione do podpisywania umów:</p>
<p>17. Dotychczasowe doświadczenia Podmiotu w realizacji projektów. Proszę wpisać datę rozpoczęcia działalności, doświadczenia w realizacji wcześniejszych edycji lub podobnych projektów, osiągnięcia.</p>

III. INFORMACJE O PROJEKCIE

<p>1. Kwota, o którą Podmiot się ubiega:</p>	<p>2. Przeznaczenie wnioskowanej kwoty:</p>
<p>3. Całkowity koszt projektu:</p>	<p>4. Wkład własny Wnioskodawcy:</p>
<p>5. Opis projektu. Proszę określić: szczegółowe elementy projektu; cele projektu; beneficjenta projektu (grupę beneficjentów); przewidywaną liczbę uczestników projektu; zakładane rezultaty; planowany termin realizacji; harmonogram realizacji; szczegółowy budżet uwzględniający wydatki w ramach wnioskowanej kwoty (forma tabelaryczna).</p>	
<p>6. Proponowane formy promocji Sponsora. Proszę podać w punktach propozycję gwarantowanych świadczeń promocyjnych na rzecz Wałbrzyskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej „INVEST-PARK” sp. z o.o., które zapewni wnioskodawca w ramach przyznanej kwoty sponsoringu (np. prezentacja sponsora i logo w materiałach drukowanych, na nośnikach reklamowych, w mediach, Internecie, przestrzeni miejskiej lub miejscu realizacji projektu, inne działania promocyjne).</p>	
<p>7. Planowane działania komunikacyjne. Proszę opisać koncepcję komunikacji projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań medialnych (informacja w jaki sposób projekt zostanie nagłośniony, jakie media zostaną zaangażowane w komunikację, jaki jest planowany zasięg komunikacji).</p>	

8. Pozyskani Sponsorzy/Partnerzy projektu, Patronaty honorowe:

Oświadczam, że wszystkie informacje podane przez Podmiot w tym wniosku są zgodne z prawdą i zostały zaaprobowane przez Zarząd/Dyrekcję.

.....
podpis wnioskodawcy

Do wniosku należy dołączyć:

1. Aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego lub innego rejestru, jeżeli podmiot nie podlega wpisowi w KRS (np. rejestr klubów sportowych itp.).
2. Statut podmiotu bądź inny dokument określający zasady działalności podmiotu oraz dokumenty potwierdzające umocowanie osób podpisujących umowę.