FAIR PAY!

PLAY WITH EQUAL TERMS

KRITERIER FÖR ATT BLI EN FAIRPAYER

– Certifiering för jämställd sponsring och resursfördelning

Att bli en FairPayer – kriterier för jämställd sponsring

En Fairpayer är ett företag, offentlig eller privat organisation vilken medvetet och strategiskt arbetar för att dess sponsringsmedel fördelas jämställt mellan flickor och pojkar; kvinnor och män. Syftet med att vara en FairPayer är att ta ställning för att alla människor oavsett kön, ska ha samma resurser och möjligheter att börja och utvecklas inom idrotten samt bli elitidrottare. FairPay vill att näringsliv och offentlig sektor aktivt ska förändra den befintliga struktur som råder inom fördelning av sponsormedel till idrottsklubbar och förbund genom att upprätta policys och handlingsplaner för jämställd sponsring. Detsamma gäller för ett förbund eller klubb som väljer att fördela sina medel jämställt mellan pojkar och flickor/män och kvinnor.

Ansökan om att bli FairPayer:

• Organisationen ansöker om att bli en FairPayer genom att kontakta FairPays ansvariga. Vid ett första möte presenteras samlad dokumentation av fördelning av policys och sponsring och eventuellt andra resurser. Vi pratar om organisationens mål för sponsring och resursfördelning samt tittar på jämställdhetsarbetet i stort. Utifrån befintliga mål ser vi om/vilka åtgärder organisationen behöver ta för att vara en FairPayer.

För att vara en FairPayer krävs det att organisationen uppfyller vissa kriterier.

- Organisationen ska fördela sponsringsmedel med 50% till kvinnor och 50% till män. För en klubb eller ett förbund gäller att fördelning sker jämställt inom organisationen.
- För kommuner gäller också att andra fördelningsresurser så som träningstider, föreningsstöd och marknadsföringsbidrag fördelas jämställt mellan kön.
- Organisationen ska sätta tydliga mål och ha en stark vilja att förändras för att bli en FairPayer. Att bli en FairPayer innebär ett förändringsarbete i attityder och handling såväl internt som externt.
- I avtal med föreningar och samfund/förbund med barn- och ungdomsidrottande personer av båda könen ska organisationen begära att mottagarna av sponsringsmedel fördelar medlen rättvist mellan kön. Gällande klubbar med deltagande av endast ett kön (enkönade klubbar är vanligast inom elitidrotten) samt enskilda personers elitsatsningar gäller inte detta krav. Kravet att sponsra jämställt kvarstår givetvis för den organisation som är avsändare för sponsringsmedlen. Den förening/klubb/förbund som sponsras ska vara beredd att redovisa till FairPay och avsändaren för medlen hur medlen har fördelas.
- Organisationen ska låta oberoende revisorer granska policy, handlingsplan och uppföljning.
- Organisationen får efter en utfästelse från FairPay använda sig av FairPay–märkningen under ett år i taget, med möjlighet till förlängning efter FairPays granskning och godkännande av arbete och implementering.

- Med sponsring av idrott menas här medel som delas ut till av Riksidrottsförbundet anslutna specialförbund och deras medlemsorganisationer, i dag ca 20 000 föreningar och 3,3 miljoner medlemmar (Riksidrottsförbundet 2011). Sponsringen inkluderar även annonser, reklam- och annat marknadsföringsvärde i programblad, hockeyrinkar, arenor, skärmar eller annan kommunikation organisationen för i samband med satsningar för RF:s medlemmar.

Översikt arbetsgång och aktiviteter:

• FairPayer Brons.

Organisationen blir en Fairpayer brons när ett samarbete påbörjas, om organisationen fördelar sin sponsring ojämställt med en fördelning lika med eller sämre än 70% / 30%. Vi formulerar en gemensam arbetsgång och skriver under samarbetsavtal. Tillsammans skapar vi en sponsorpolicy som beskriver verksamhetens ambitionsnivå (50/50) och avsikter med den nya policyn.

FairPay och organisationen arbetar fram en handlingsplan med tydlig arbetsordning, ansvarsfördelning och tidsangivelse för planen. Att bli en FairPayer tar tid, förslagsvis arbetar vi med 3-årsplaner. Organisationen påbörjar sitt interna arbete med att förankra sponsorpolicy och plan. När arbetet är påbörjat får organisationen använda sig av den bronsfärgade FairPay–loggan i sin kommunikation. Till företagets/organisationens budskap och egna kommunikation används alltid det egna marknadsföringsmaterialet.

• FairPayer Silver.

Organisationen har nått minst en 70/30-fördelning till sina mottagare och har samma krav på mottagare av medel. Nu får organisationen använda den silverfärgade loggan i sin kommunikation. Till företagets/organisationens budskap och egna kommunikation används alltid det egna marknadsföringsmaterialet.

• FairPay Grön.

Nu har organisationen nått sitt mål; en jämställd fördelning, 50/50 av sponsringsmedel samt ett krav på att mottagarna av sponsringsmedlen i mixade klubbar/förbund fördelar sina medel jämt mellan kön. Nu får organisationen använda sig av den grönfärgade FairPay–loggan i sin kommunikation kring sponsringsarbetet, med kontroller för varje år och möjlighet till förlängning. Till företagets/ organisationens budskap och egna kommunikation används fortfarande alltid det egna marknadsföringsmaterialet. Grattis!

Kontakt för mer information: Isabelle Widmark, verksamhetsutvecklare

073–8181496 / isabelle@fairpay.nu

www.fairpay.nu