
STRATEGIJA LUKE KOPER, D. D. NA PODROČJU SPONZORSTEV IN DONACIJ

1) UVOD

Sponzorstvo je promocijsko orodje, ki predstavlja poslovni partnerski odnos med podjetjem in sponzorirancem. Obe strani se pogodbeno dogovorita za obojestransko koristno sodelovanje. Sponzor prejemniku nameni sredstva, prejemnik pa se zaveže, da bo promoviral sponzorja na dogovorjeni način. Namen sponzorstva je natančno opredeljen v posamezni sponzorski pogodbi.

Sponzorstvo je, poleg oglasne narave tudi komunikacijsko orodje, s pomočjo katerega želi podjetje ohranjati in utrjevati dobro ime ter s tem dosegati naklonjenost poslovne, lokalne, institucionalne oziroma najširše javnosti.

Donatorstvo je nekomercialno orodje, pri katerem podjetje ne pričakuje povračila. Namen porabe donatorskih sredstev je opredeljen v pogodbi o donatorstvu. Praviloma so prejemniki donacij nepridobitne organizacije, kot jih določa Zakon o davku od dohodka pravnih oseb. Hkrati gre tudi v primeru donatorstva za komunikacijsko orodje ohranjanja in utrjevanja dobrega imena podjetja.

2) CILJI DRUŽBE NA PODROČJU SPONZORSTEV IN DONACIJ

Sponzorstva in donacije (S&D) so sestavni del poslovnega procesa, ki je naravnan in voden tako, da dviguje **prepoznavnost in ugled družbe** v skladu z njenim poslanstvom, vizijo in cilji rasti. Aktivnosti, ki izhajajo iz poslovnega procesa, so vezane na uresničevanje ciljev, ki so zapisni v strateških dokumentih družbe.

Pri odločitvi za sponzorsko ali donatorsko podporo družba Luka Koper, d. d. sledi trem ciljem:

1. Izvajanje **družbene odgovornosti**, predvsem v odnosu do lokalnega okolja, na katerega družba, s svojo dejavnostjo in načrtovano širitvijo zmogljivosti najbolj vpliva - družba uresničuje cilj s podporo dogodkov in društev na lokalni oziroma regionalni ravni.
2. Krepitev **blagovne znamke** oziroma dvigovanje ugleda in prepoznavnosti družbe – družba uresničuje cilj s pokroviteljstvom dogodkov na državni in mednarodni ravni, kot so konference, sejmi in podobni dogodki, za katere oceni, da obravnavajo tematiko ali nagovarjajo javnost, ki je za družbo pomembna s poslovnega ali strateškega vidika.
3. **Komercialni interes** - promocija družbe na tujih, zalednih trgih, na katerih družba prodaja svoje storitve oziroma pokroviteljstvo dogodkov, ki so povezani z osnovno dejavnostjo družbe (logistika in pristaniška dejavnost).

3) MERJENJE USPEŠNOSTI POSLOVNEGA PROCESA

Družba meri uspešnost poslovnega procesa skozi vsakoletno anketo javnega mnenja med prebivalci v neposredni bližini pristanišča. Ključna dva kazalca sta ugled družbe in podpora lokalne javnosti razvojnim projektom družbe, skladno s strateškim poslovnim načrtom.



Cilj 2025: 85 % vprašanih meni, da Luka Koper veliko ali zelo veliko prispeva h gospodarskemu razvoju Slovenije



Cilj 2025: 85 % vprašanih dojema Luko Koper kot ugledno oz. zelo ugledno družbo



Cilj 2025: 75 % okoliških prebivalcev podpira razvojne načrte Luke Koper

S pomočjo ankete na nacionalnem nivoju družba preverja prepoznavnost večjih projektov, ki so deležni sponzorske oziroma donatorske podpore. Celostno podobo oziroma ugled družbe preverjamo tudi v anketi med kupci, ki jo izvajamo vsako drugo leto.

4) PLANIRANJE SREDSTEV NAMENJENIH SPONZORSTVOM IN DONACIJAM

Letni proračun namenjen sponzorstvom in donacijam določi družba v okviru poslovnega načrta družbe Luka Koper, d. d., in Skupine Luka Koper. Pri tem upošteva Strategijo na področju sponzorstev in donacij in že sprejete pogodbene obveznosti družbe.



Letni znesek za S&D ne sme presegati 0,8 % čistih prihodkov od prodaje

Skupni letni znesek za sponzorstva in donacije ne sme presegati 0,8 odstotka čistih prihodkov od prodaje družbe (brez prihodkov z naslova gospodarske javne službe) za preteklo poslovno leto.

5) POSTOPEK RAZDELJEVANJA SPONZORSKIH IN DONATORSKIH SREDSTEV

Odločitev o sponzorski oziroma donatorski podpori sprejme družba na podlagi pisne prošnje prosilca, ali samoiniciativno v primerih, ko družba sama prepozna komercialno oziroma promocijsko ali humanitarno vrednost projekta.

5.1. Razpis

Družba enkrat na leto objavi tudi **razpis**, ki je namenjen predvsem enkratnim oziroma enoletnim projektom, primarno iz lokalnega okolja. Razpis urejajo *Razpisni pogoji in merila za financiranje projektov iz sponzorskega/donatorskega razpisa Luke Koper Živeti s pristaniščem*, ki so javno objavljeni na trajnostnem portalu www.zivetispristaniscem.si.

Predmet razpisa je financiranje projektov oziroma društev, ki prispevajo k spodbujanju kulturnih, športnih, okoljskih, izobraževalnih, humanitarnih in drugih aktivnosti predvsem v lokalnem, pri čemer družba daje prednost področjem, ki so povezani s trajnostnim razvojem (okoljevarstvo, razvoj, humanost).

5.2 Izven razpisa

Mimo razpisa lahko zainteresirani pošiljajo pobude preko elektronskega obrazca, ki je objavljen na spletni strani družbe. Prošnje obravnavamo v skladu s cilji te strategije in na podlagi sledečih kriterijev:

- **Lokacija dogodka** oziroma kraj delovanja prosilca, pri čemer imajo prosilci iz Mestne občine Koper in občine Ankaran prednost zaradi večjih vplivov pristaniške dejavnosti na to območje.
- Predviden **obseg promocije** sponzorja ter število koristnikov projekta (udeleženci, obiskovalci, ...). Prednost imajo projekti, ki zagotavljajo večjo promocijo in s tem prepoznavnost sponzorja.
- Na področju športa se upošteva podatke o **priljubljenosti športnih panog** (Poročilo Mediana TGI) – prednost imajo panoge z večjo priljubljenostjo.
- **Status vrhunškega športnika** – na podlagi veljavnega dokumenta *Pogoji, pravila in kriteriji za registriranje in kategoriziranje športnikov v Republiki Sloveniji*, ki ga sprejme Strokovni svet Republike Slovenije za šport, pri čemer družba daje prednost vrhunskim športnikom iz lokalnega okolja.
- **Razpršenost podpore** - v primeru športnih zvez oz. panožnih reprezentanc se družba praviloma ne odloči za sponzoriranje v primeru, ko že nastopa v vlogi večjega sponzorja društva v taisti panogi in obratno - večji sponzor pomeni v rangu zlati sponzor ali več.

Družba nameni najmanj 70 odstotkov letnega proračuna za sponzorstva in donacije projektom iz lokalnega okolja. Družba s svojo dejavnostjo najbolj vpliva na lokalno okolje, poleg tega tudi večina njenih zaposlenih prihaja iz lokalnega okolja.



Najmanj 70 % letnih sredstev za S&D v lokalno okolje

Družba skrbi, da so sredstva namenjena sponzorstvom in donacijam uravnoteženo in enakomerno porazdeljena med prejemniki. S tem zasleduje cilj podpore in pomoči čim večjemu številu prosilcev. To pomeni, da posamezen prejemnik ne more biti deležen več kot 30 odstotnega deleža letnega proračuna za sponzorstva in donacije.



Posamezen prejemnik lahko prejme največ 30 % letnih sredstev za S&D

Sponzorske pogodbe s področja športa praviloma ne presegajo 70 % letnega proračuna družbe namenjenega sponzorstvom in donacijam. S tem družba zagotavlja podporo projektom na ostalih področjih, kot so kultura, ekologija, humanitarne dejavnosti, izobraževanje in podobno.



Šport predstavlja največ 70 % letnih sredstev za S&D

Z izbranimi prejemniki sredstev družba sklene pogodbo, ki je lahko enkratne narave in je vezana na izvedbo posameznega projekta, ali večletna v primeru, ko družba zasleduje dolgoročno partnerstvo.

Družba sklepa večletne pogodbe za **največ triletno obdobje** in sicer le v primeru statusa večjega sponzorja - družba bo težila k zagotavljanju čim višjega statusa, ki zagotavlja večjo promocijo in prepoznavnost.

5.3 Obravnavanje športnih društev oziroma zvez

V primeru športnih društev in športnih zvez bo višina sponzorskega zneska določena na podlagi spodnjih **kriterijev** - družba bo težila k poenotenju oz. k ravnotežju med zneski v primeru izpolnjevanja primerljivih kriterijev:

- priljubljenost športne panoge (raziskava javnega mnenja Mediana TGI),
- nivo/liga tekmovanja,
- status sponzorja,
- številčnost članov oziroma podmladka (v primeru društev) in
- sponzorski paketi prejemnika sredstev.

Družba praviloma ne more biti večji sponzor dveh ali več društev v isti športni panogi (v takem primeru ima prednost društvo, s katerim ima družba dlje časa vzpostavljeno sodelovanje oziroma tekmuje na višjem nivoju).

6) SPLOŠNE DOLOČBE

Področje sponzorstev in donacij sodi v poslovni proces odnosi z javnostmi in je podrobneje opredeljen v delovnem navodilu sponzorstvo in donatorstvo - oba dokumenta sta sestavni del internih aktov družbe.

Spremenjena Strategija družbe Luka Koper, d. d. na področju sponzorstev in donacij začne veljati z dnem sprejetja na seji uprave družbe, to je 6.10.2021.

Luka Koper, d. d.