

Strategisch kader voor sponsoring, structurele samenwerking en relatiebeheer

1 Strategische visie op sponsoring, structurele samenwerking en relatiebeheer

Met haar 180 vennoten en meer dan 3,2 miljoen klanten is De Watergroep het grootste drinkwaterbedrijf in Vlaanderen. De Watergroep wil initiatieven, evenementen en projecten ondersteunen vanuit de eigen missie, visie en waarden.

Aan de hand van deze vernieuwde strategische visie willen we een eenvormige aanpak van het sponsoringbeleid realiseren. Het budget dat hiervoor uitgetrokken wordt, maakt deel uit van het budget van de afdeling communicatie.

Vanuit de afdeling communicatie willen we De Watergroep promoten als:

- een hedendaags bedrijf dat als kerntaak de productie van drinkwater heeft, maar daarnaast ook nieuwe activiteiten ontplooit zoals de ontwikkeling van proceswaterinstallaties en het rioleringsbeheer
- een bedrijf dat vanuit onderzoek, kennis en expertise meebouwt aan een duurzame leefomgeving
- een voor de hand liggende partner voor samenwerking
- een aantrekkelijke werkgever.

Door middel van een doeltreffend en evenwichtig sponsoringbeleid wil De Watergroep:

- het drinken van kraantjeswater promoten
- efficiënt producten en diensten in de markt zetten
- haar imago als modern bedrijf in de verf zetten
- haar maatschappelijke doelstellingen realiseren
- respect afdwingen voor het product drinkwater en voor de service die door De Watergroep geleverd wordt

- contacten met stakeholders onderhouden en waar mogelijk verbeteren
- haar medewerkers ondersteunen in de initiatieven die zij ondernemen.

Voor de ondersteuning van de eigen medewerkers geldt dat alle initiatieven die te maken hebben met teambuilding behandeld worden door de afdeling Personeel & Organisatie en dus niet onderworpen zijn aan onderstaande regels.

Voor elke aanvraag gelden de evaluatiecriteria zoals die hieronder zijn bepaald.

2 Definities

Sponsoring: het financieel of materieel ondersteunen van initiatieven, gekoppeld aan een publicitaire return (naam- en logovermelding, advertentiemogelijkheden, zichtbaarheid De Watergroep ...). Het gaat hier hoofdzakelijk over initiatieven met return op korte termijn. Ook intern binnen De Watergroep worden eigen medewerkers gesponsord, omdat De Watergroep hiermee veel goodwill creëert bij haar personeelsleden, mits een relatief beperkte inbreng.

Structurele samenwerking: het financieel of materieel ondersteunen van initiatieven, gekoppeld aan een imago- en maatschappelijke return. Het gaat hier hoofdzakelijk over langetermijn-initiatieven waarvan ook de return op langere termijn kan verwacht worden, zoals bijvoorbeeld samenwerking met natuurverenigingen (een eenmalige geldinjectie biedt te weinig kansen aan een organisatie om iets tastbaars te realiseren).

Relatiebeheer: alle activiteiten die erop gericht zijn om de langetermijnrelatie van De Watergroep met haar stakeholders te initiëren, te bevorderen en te bestendigen.

3 Doelgroepen

Bij het ondersteunen van initiatieven richt De Watergroep zich bij voorbaat naar volgende doelgroepen:

- stakeholders
- kinderen/ jongeren /scholen
- medewerkers
- potentiële werknemers ...

Onder stakeholders wordt verstaan: Vlaamse Regering, provincie, gemeenten-vennoten, Riopact-vennoten, Aquafin, Havenbedrijf Gent, andere waterbedrijven, industriële klanten, partnerorganisaties, vakbonden ...

4 Sponsoring

Doel: een meerwaarde voor De Watergroep creëren door zich te associëren met een bepaald initiatief van derden, omdat De Watergroep deze meerwaarde zelf niet of niet in dezelfde mate zou kunnen bereiken.

Minstens 50% van het budget voor sponsoring wordt ingezet in het kader van productpromotie (bv. onder de vorm van drinkbussen, karaffen en dergelijke). We gaan daarbij zelf proactief op zoek naar initiatieven die voor deze vorm van sponsoring in aanmerking komen.

Indien een externe organisatie of individu een aanvraag voor sponsoring indient, dan moet die voldoen aan minstens 3 van de 6 volgende voorwaarden, waarbij boven steeds aan de eerste voorwaarde moet zijn voldaan:

- Er is een link met de missie, visie en waarden van De Watergroep. (= absolute voorwaarde)
- Er is een link met een gemeente-vennoot of een andere stakeholder.
- De activiteit vindt plaats in het verzorgingsgebied van De Watergroep of de aanvrager woont in het verzorgingsgebied van De Watergroep.
- De Watergroep krijgt voldoende visibiliteit als sponsor.
- De sponsoring houdt een return in voor De Watergroep (productpromotie, promotie van vacatures, maatschappelijke relevantie ...)
- Het gesponsorde bedrag staat in verhouding tot de return.

Naast financiële sponsoring is ook sponsoring in natura mogelijk. Dit kan bijvoorbeeld door:

- het ter beschikking stellen van de waterbar, een drinkwatertappunt, een standpijp ...
- het schenken van herbruikbare bekers of drinkbussen.

Eenzelfde initiatief wordt **maximum één keer per kalenderjaar** gesponsord, en **maximum drie opeenvolgende jaren**, om een gezonde spreiding van de budgetten toe te laten en monopolisering ervan tegen te gaan. In bepaalde gevallen zijn uitzonderingen mogelijk. **Na drie jaar** is een **grondige evaluatie** noodzakelijk om na te gaan of een heroriëntatie nodig is. Deze laatste regel geldt niet voor materiële ondersteuning in de vorm van productpromotie (bv. drinkwaterfontein, mobiele waterbar ...).

Aanvragen van kraantjeswatergemeenten en -scholen krijgen in de mate van het mogelijke voorrang.

Voorbeelden:

- Acties ten voordele van Kom op tegen Kanker, Artsen Zonder Grenzen ... die genoegzaam bekend zijn en waarvan de maatschappelijke relevantie algemeen wordt erkend.
- Initiatieven voor promotie van drinkwater op scholen, educatieve projecten met water.

5 Structurele samenwerking

Doel: via een langetermijnpartnership komen tot tastbare resultaten op het terrein. Een voorbeeld: samenwerking met een derde- of een vierdewereldorganisatie die ter plaatse al sterk staat, de manier van aanpakken en de noden kent, en de nodige realisaties als referentie kan voorleggen. Dit helpt De Watergroep om de Millenniumdoelstellingen en maatschappelijke doelstellingen waar te maken.

Aangezien het gaat over een **langetermijnengagement** moet aan de volgende criteria voldaan worden:

- Er is een link met de missie, visie en waarden van De Watergroep.
- Er is een maatschappelijke relevantie.
- Het project moet jaarlijks een positieve evaluatie krijgen.
- Het project moet passen binnen het meerjarenbudget.
- Er geldt geen beperking in de tijd voor de samenwerking en de financiële ondersteuning.

Voorbeelden:

- Sensibilisering tegen het gebruik van pesticiden en chemicaliën i. s.m. de vzw Velt (Vereniging voor Ecologisch Leven en Tuinieren).
- Samenwerking met YouthStart rond kanszoekende jongeren.

6 Relatiebeheer

Doel: de langetermijnrelatie van De Watergroep met haar stakeholders (vennoten, B to B, middenveld ...) initiëren, bevorderen en bestendigen.

Jaarlijks worden evenementen georganiseerd voor de business unit Industrie & Services, voor Riopact en voor de aandeelhouders (aanpak en budget worden jaarlijks per aparte nota aan de raad van bestuur voorgelegd). Hierbij gaat de nodige aandacht naar regionale spreiding. Er wordt een evenwicht gezocht tussen sportieve en culturele evenementen.

Elke aanvraag/voorstel/initiatief die in het kader van relatiebeheer gedaan wordt, moet voldoen aan de volgende voorwaarden:

- Er is een link met een gemeente-vennoot, een stakeholder, een toekomstige partner ...
- De Watergroep krijgt voldoende visibiliteit.
- Er zijn bij voorkeur ook andere sponsors aanwezig.

Voorbeelden:

- Uitnodigen van stakeholders op sportieve of culturele evenementen.
- Netwerken via aanwezigheid op sportevenementen allerhande, of evenementen die gelegenheid geven tot netwerking.

7 Voorbeelden/criteria van uitsluiting van sponsoring/structurele samenwerking

Volgende initiatieven komen niet in aanmerking:

- Initiatieven die niet beantwoorden aan de criteria opgesomd onder 4.1, 4.2 en 5.
- Politiek of levensbeschouwelijk geïnspireerde initiatieven die als doel hebben deze politieke of levensbeschouwelijke visie uit te dragen of kracht bij te zetten.
- Initiatieven waarbij een andere sponsor niet verenigbaar is met de missie van De Watergroep (bijvoorbeeld flessenwaterfabrikanten, onthardingsindustrie ...)

- Initiatieven waarbij de gevraagde sponsoring niet in verhouding staat tot de te verwachten return.
- Initiatieven met een commercieel karakter.
- Tombolaprijzen.

8 Rol van de entiteiten

De Raad van Bestuur legt jaarlijks de budgetten vast voor sponsoring.

De afdeling communicatie behandelt de aanvragen, beslist op basis van dit kader en volgt de aanvragen op. Bij twijfel/strategische dossiers legt de afdeling communicatie de beslissing tot ondersteuning voor aan het directiecomité. De afdeling communicatie waakt erover dat het budget niet overschreden wordt en ziet erop toe dat De Watergroep voldoende zichtbaar aanwezig is bij de activiteiten die ondersteund worden.

Indien bij wijze van sponsoring materiaal in bruikleen wordt gegeven, blijft dit eigendom van De Watergroep en wordt dit na afloop van de activiteit in goede staat terugbezorgd aan De Watergroep (drinkwaterfontein, mobiele waterbar, vlaggen , banners ...). Schade aan het uitgeleende materiaal wordt gefactureerd aan de ontleners. De afdeling communicatie legt deze afspraken vast in een sponsoringovereenkomst.

9 Aanvragen

De aanvragen worden gecoördineerd door de afdeling communicatie die hiervoor een invulformulier op de website zal zetten.

10 Beheer en rapportering

Alle sponsoraanvragen en initiatieven op het vlak van relatiebeheer worden bijgehouden in een centraal bestand in SharePoint. Er kan op die manier een duidelijk overzicht gemaakt worden van welk soort aanvragen De Watergroep krijgt, of ze positief of negatief beoordeeld worden en wat de motivatie is voor deze beslissing. Er wordt jaarlijks gerapporteerd aan het directiecomité.