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

1) UVOD

Dokument natančno opredeljuje načela, cilje in pravila dodeljevanja sponzorskih in donatorskih sredstev družbe Luka Koper, d.d. s ciljem vzpostavitve transparentnega in uravnoveženega sistema ter zagotavljanja gospodarnega poslovanja družbe pri dodeljevanju teh sredstev.

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 zapisani v strateških dokumentih družbe.

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

1. Izvajanje **družbene odgovornosti** v širšem lokalnem in nacionalnem okolju – družba uresničuje cilj s podporo lokalnemu okolju, na katerega s svojo dejavnostjo in načrtovano širitvijo zmogljivosti najbolj vpliva, ter podporo društev, organizacij in projektov v lokalnem in nacionalnem okolju, katerih usmeritve ali dejavnosti podpirajo načela trajnostnega razvoja in delovanja.
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).

Luka Koper v okviru svojih sponzorskih in donatorskih aktivnosti financira različne projekte oziroma društva, ki pomenijo spodbudo kulturnim, športnim, okoljskim, izobraževalnim, humanitarnim in drugim aktivnostim. Družba daje prednost področjem, ki so povezana s trajnostnim razvojem (okoljevarstvo, razvoj, humanost) in aktivnostim, ki se izvajajo oz. posredno vplivajo na življenje v lokalnem okolju.

3) MERJENJE USPEŠNOSTI PROCESA UPRAVLJANJA SPONZORSTEV IN DONACIJ

Družba meri uspešnost procesa upravljanja sponzorstev in donacij na naslednje načine:

- **Z javnomnenjsko raziskavo v lokalnem okolju**, ki se izvaja enkrat letno. Ključni kazalci so dvig ugleda družbe, izboljšanje percepcija družbe kot družbeno-odgovornega podjetja in krepitev prepoznavnosti večjih projektov, ki so deležni sponzorske oz. donatorske podpore.



Cilj 2027: 85 % vprašanih dojema Luko Koper kot ugledno oz. zelo ugledno družbo.



Cilj 2027: 65 % vprašanih dojema Luko Koper kot družbeno odgovorno podjetje.



Cilj 2027: 70 % vprašanih je seznanjenih z vsaj tremi večjimi projekti, ki so deležni sponzorske podpore.

- **Z javnomnenjsko raziskavo zadovoljstva poslovnih partnerjev**, ki se praviloma izvaja vsako drugo leto. Ključni kazalec je dvig ugled družbe.



Cilj 2027: 85 % vprašanih dojema Luko Koper kot ugledno oz. zelo ugledno družbo.

- **Z analizo medijske pojavnosti družbe Luka Koper.** Ključni kazalnik je povečati delež nevtralnih ali pozitivnih medijskih objav, s poudarkom na družbeni odgovornosti Luke Koper.



Cilj 2027: delež nevtralnih in pozitivnih medijskih objav, s poudarkom na družbeni odgovornosti znaša 85 %

- **Analiza medijske aktivacije sponzorstev,** ki obsega analizo vidnosti logotipa sponzorja in oceno tržne vrednosti publicitete sponzorja. Analiza se izvaja samo za sponzorstva v pogodbeni višini nad 20.000 EUR.

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.

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.



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

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 namenimo projektom in društvom v lokalnem okolju.

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 tudi na drugih področjih, kot so kultura, okoljevarstvo, ekologija, humanitarne dejavnosti, vzgoja in izobraževanje ter 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) POSTOPEK RAZDELJEVANJA SPONZORSKIH IN DONATORSKIH SREDSTEV

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

5.1. Razpis Živeti s pristaniščem

Družba enkrat na leto objavi **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).

Razpis za dodelitev sredstev družba objavi v mesecu januarju za tekoče leto. Luka Koper odločitev o izbranih projektih sprejme v roku 30 dni od zaključka prijavnega roka.

5.2. Dva prijavna roka za zbiranje vlog

Vloge za sponzorstva in donacije se zbirajo na vnaprej pripravljenem elektronskem obrazcu, ki je objavljen na spletni strani družbe.

Družba vse prispеле vloge obravnava dvakrat letno, praviloma v okviru spomladanskega (31. 5.) in jesenskega roka (31. 10). Vloge, ki so podane po preteklem roku, se obravnavajo v okviru drugega prijavnega roka za tekoče leto.

5.3. Neposredna dodelitev

Luka Koper sponzorska in donatorska sredstva praviloma dodeljuje v okviru zgoraj navedenih oblik. Družba lahko v primerih, ko prepozna dodano vrednost projekta (komercialno, promocijsko ali humanitarno) svojo podporo projektom ali društvom nameni neposredno.

5.4. Komisija za dodelitev sponzorskih in donatorskih sredstev

Za obravnavo vlog in izbor prejemnikov donacijskih ter sponzorskih sredstev Luke Koper je pristojna **Komisija za dodelitev sponzorskih in donatorskih sredstev**. Člane komisije s sklepom potrdi uprava družbe. Sestavljajo jo:

- predstavnik/-ica področja za odnose z javnostmi za aktivnosti korporativnega komuniciranja, sponzorstev in donacij družbe Luka Koper d.d.,,
- predstavnik/-ica področja trženja družbe Luka Koper d.d.,,
- predstavnik/-ica področja varovanja zdravja in ekologije Luke Koper, d.d.

6) KRITERIJI ZA OBRAVNAVO VLOG

Vse prejete prošnje, ki niso predmet razpisa Živeti s pristaniščem, obravnavamo v skladu s cilji te strategije in na podlagi sledečih kriterijev:

- **Geografska umeščenost 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.
- **Medijska pojavnost** in predviden **obseg promocije** sponzorja. Prednost imajo projekti, ki zagotavljajo večjo promocijo in s tem večjo prepoznavnost sponzorja.
- **Obiskanost dogodka** oz. **vključenost uporabnikov** v dejavnosti društva oz. organizacije – prednost imajo projekti in društva, ki vključujejo oz. so namenjeni otrokom in mladini.
- **Prispevek oziroma doprinos** projekta/društva **k trajnostnemu razvoju** – prednost imajo društva, organizacije in projekti, katerih dejavnosti oz. vsebine sodijo pod okrilje področij okoljevarstva, ekologije, družbene odgovornosti, vzgoje in izobraževanja, znanstvenoraziskovalne dejavnosti, inovativnosti in humanitarnosti ali pomenijo dodano vrednost širšemu lokalnemu in nacionalnemu okolju.

Vloge za sponzorstvo na področju športa se obravnavajo na podlagi dodatnih kriterijev:

- **Priljubljenost športne panoge** (Poročilo Mediana TGI) – prednost imajo panoge, ki so bolj razširjene in vključujejo večje število uporabnikov.
- **Dosežki in raven tekmovanja**
- **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** – 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).

Pri izboru donacijskih partnerstev sledimo ciljem odgovornosti do širše družbe, ranljivih skupin in podpore okolju, v katerem delujemo.

7) DOKAZOVANJE IZPOLNJEVANJA OBVEZNOSTI

Prejemniki sponzorskih sredstev so dolžni sponzorju predložiti dokazila (poročila, analize), ki izkazujejo ekonomsko oz. promocijsko korist za sponzorja. Dokazila so nujna priloga računa ter pogoj za izplačilo sponzorskega zneska.

8) SPLOŠNE DOLOČBE

Področje sponzorstev in donacij sodi v poslovni proces upravljanje odnosov z javnostmi (PP 26) in je podrobneje opredeljen v delovnem navodilu sponzorstvo in donatorstvo (DN 170). Oba dokumenta sta sestavni del internih aktov družbe.

Strategija družbe Luka Koper, d. d. na področju sponzorstev in donacij začne veljati po potrditvi na seji uprave družbe in seznanitvi nadzornega sveta z njeno vsebino.

Luka Koper, d. d.