

# POLICY FÖR FÖRETAGSSAMARBETEN

## Innehållsförteckning

1	Syfte	2
2	Omfattning	2
2.1	Positiva urvalskriterier	2
2.2	Negativa urvalskriterier	2
3	Varumärke	2
4	Samarbetets omfattning	3

## 1 SYFTE

---

Företag kan genom att stödja We Effects verksamhet visa ett aktivt engagemang för en hållbar utveckling och stöd till förbättrade levnadsvillkor för fattiga människor i utvecklingsländer. Grundläggande för en god insamlingsverksamhet är att vi uppfattas som en seriös organisation som bedriver en bra och effektiv verksamhet. Det är också viktigt att We Effect så långt det är möjligt associeras med starka och positivt laddade varumärken.

## 2 OMFATTNING

---

### 2.1 Positiva urvalskriterier

- Att samarbetspartnern är ekonomiskt stabil och har hög trovärdighet inom sin bransch.
- Att de produkter eller produkttegenskaper som We Effect och därigenom vårt varumärke förknippas med är av god kvalitet.
- Att samarbetspartnern bedriver en verksamhet som är etiskt försvarbar och i linje med gällande nationella och internationella lagar och regler.
- Att partnern uttryckt en ambition att bidra till en mer rättvis värld och en långsiktigt hållbar utveckling.

### 2.2 Negativa urvalskriterier

- För att inte skada organisationens anseende har We Effect valt att inte samarbeta med företag som:
- Är involverad i oetisk, korrupt eller exploaterande verksamhet.
- Har sin huvudsakliga affärsidé inom alkohol-, tobak-, pornografi- eller vapenindustrin.

## 3 VARUMÄRKE

---

Vi värnar om vårt varumärke och företag som samarbetar med oss har inte rätt att använda vårt varumärke eller logotyp utan vårt tillstånd. We Effect ska ha möjlighet att godkänna material före publicering. Om och hur vårt varumärke får användas regleras genom särskilda överenskommelser och avtal, vilka i sin tur baseras på omfattningen av samarbetet och företagets insats.

## 4 SAMARBETETS OMFATTNING

---

För att avgöra vilken typ av samarbete vi ingår avtal om presenteras nedan tre typfall av insamling. Generellt kan sägas att ju mer omfattande ett samarbete är desto mera uppmärksamt måste vår organisation värdera dess för- och nackdelar.

I det enskilda fallet bör en bedömning göras om vilken fördel samarbetet ger oss som organisation samt en uppskattning om dess möjlighet att generera insamling. Potentiella risker och nackdelar som varje samarbete innebär bör också beaktas.

1. Insamling utan motprestation, det vill säga en spontan gåva, sker utan skriftligt avtal och faller därför utanför denna policy.
2. Samarbete med begränsad motprestation. Kan handla om att företaget berättar om att de stödjer vår verksamhet eller att företaget vill ha återkoppling om hur gåvor används och vill berätta om samarbetet på till exempel hemsida.
3. Samarbetet med stor motprestation. Företaget vill använda vårt varumärke, såsom namn och logotyp, i sin marknadsföring. Avsikten kan vara att visa vår logotyp på företagets produkter och aktivt föra fram det i marknadsföringen.