

## Riktlinjer för sponsring

- *Närhet.* Procordia är ett svenskt företag, med anläggningar runt om i Sverige. Det är viktigt för oss att synas på de orter där vi är verksamma. Vår policy är därför att vi stöttar föreningar och aktiviteter som har lokal förankring i de orter där vi finns representerade - Eslöv, Fågelmara, Tollarp, Kumla, Örebro, Vansbro och Hofors.
- Samtidigt riktar sig Procordias varumärken till breda målgrupper; - gammal som ung, från Norrland till Skåne. I de fall aktiviteten inte har lokal förankring ska sponsringen rikta sig till breda grupper i samhället och ha bra nationell räckvidd. Aktiviteterna ska skapa PR för Procordia och stärka våra produktvarumärken nationellt.
- *Kärlek till mat och dryck.* Vi på Procordia brinner för mat och dryck. Därför är det viktigt att de sponsringsaktiviteter vi genomför hjälper till att förmedla matglädje till omgivningen. Vid produktsporsring ska maten framställas på ett smakfullt sätt och spela en central roll i aktiviteten.
- Eftersom vi bryr oss om vad vi stoppar i oss, är det också viktigt för oss att man rör på sig. Kopplingen mellan hur vi äter och vad vi gör är grundläggande för att vi ska må bra. Därför sponsrar vi emellanåt engagemang som bidrar till aktivitet och välmående bland barn och ungdomar och som ökar kunskapen om sambandet mellan kost, motion och välmående.
- *Nyfikenhet.* Procordia är ett nyfiket företag. Vi har våra rötter i Sverige, men försöker hela tiden hitta nya sätt att förändra och utveckla våra varumärken och våra produkter. Därför är vi öppna för nya intryck från vår omgivning. I linje med detta sponsrar vi arbetsmarknadsdagar som kan hjälpa oss att attrahera framtidens nyfikna Procordianer. Vi kan emellanåt medverka vid olika studentaktiviteter som exempelvis UF och studieresor.
- *Varumärkessponsring.* Utöver Procordias övergripande sponsringsarbeten, genomför de olika produktvarumärkena (ex Felix, Ekströms och Risifrutti) samarbeten och aktiviteter inom ramen för respektive varumärkes strategi. Exempel på sådan sponsring är Ronald McDonald Barnfond och Wasaloppet.

### *Procordia ska*

- Alltid skriva avtal
- Ingå avtal först när värdet av exponering, biljetter etc uppgår till avtalsbeloppet
- Låta företagets värderingar genomsyra sponsringsverksamheten.
- Stötta aktiviteter och föreningar som har lokal förankring i de orter där vi är verksamma
- Medverka i sponsring där aktiviteten riktar sig till en bred målgrupp, både geografiskt och demografiskt.
- Medverka vid produktsponsring där maten är central och framställs på ett smakfullt sätt
- Främja engagemang som bidrar till aktivitet och välmående bland barn och ungdomar
- Bidra till ökad kunskap om sambandet mellan kost, motion och välmående.
- Stötta arbetamarknadsdagar och studentaktiviteter som kan bidra till att öka kännedomen om Procordia som en attraktiv arbetsgivare.

### *Procordia ska undvika*

- Att sponsra enskilda individer
- Att sponsra politiska och religiösa organisationer.
- Att sponsra extrema verksamheter som strider mot våra värderingar, etik, moral och miljö
- Att stötta riskfyllda verksamheter som vissa motor-, äventyrs- och kampsporter