

Av Oy Veikkaus Ab idkad sponsorerings

Oy Veikkaus Ab har getts ensamrätten att anordna penninglotterier samt tippnings- och penningspel i Finland. I jämförelse med ett vanligt företag har Veikkaus en exceptionell ställning. Om dess verksamhet har stadgats med lag och förordning och dessutom påverkas dess verksamhet av koncessionsvillkoren. Orsaken till den särskilda regleringen är å ena sidan önskan att begränsa skadeverkningsarna av penningspelverksamheten, och å andra sidan att överskottet av verksamheten fördelas till olika allmännyttiga ändamål. År 2000 uppgick intäktsföringen till ca 2,25 miljarder mark. Om fördelningen av överskottet beslutar undervisningsministeriet och riksdagen.

Ändamålet med revisionen var att klarlägga, huruvida Veikkaus idkar endast sådan sponsorerings vars utgångspunkt är att främja affärsverksamheten. Sålunda skulle man kunna försäkra sig om, att bolaget inte tar på sig undervisningsministeriets roll och i form av sponsorerings fattar beslut om fördelningen av överskottet. Vidare gällde revisionen skötseln av Veikkaus sponsorerings med tanke på en god skötsel av ekonomin.

På basis av revisionen har en stor del av den verksamhet som Veikkaus bedrivit under benämningen sponsorerings varit ändamålsenlig och normal marknadsföring. Vid revisionen noterades emellertid, att det är svårt att klargöra sponsoreringsens art och volym. Enligt Veikkaus egen bokföring uppgick sponsoreringsens belopp år 2000 till ca 18 miljoner mark. Siffran ger inte en riktig bild av sponsoreringsens volym. Verksamhet av liknande typ har också bedrivits i samband med annan marknadsföring.

Det är omöjligt att mäta nyttan av sponsorerings på ett sätt som samtidigt med säkerhet skulle påvisa den erhållna nyttan för affärsverksamheten. Emedan det är omöjligt att direkt påvisa nyttan av sponsorerings, utvärderades vid revisionen sponsoreringsens planmässighet och även de ingångna avtalen.

Veikkaus har en skriftligt uttalad sponsoreringspolitik, i vilken konstateras att sponsorerings från Veikkaus sida inte innebär fördelning av avkastningen till förmånstagare, utan utgångspunkten är att främja Veikkaus affärsverksamhet. Iakttagandet av sponsoreringspolitiken till denna del håller Veikkaus och undervisningsministeriets roller i sär. Veikkaus skriftliga sponsoreringspolitik koncentrerar sig på att sponsorerings idrott, och i den behandlas just inte motiveringarna för sponsorerings av konst och ungdomsarbete. Revisionsverket har därför ansett, att Veikkaus borde ha bättre motiveringar än de nuvarande för sponsorerings av konst. I sponsoreringspolitiken har även angetts, att Veikkaus inte betalar ersättning för att det evenemang som sponsorerars används som vadsagningsobjekt.

Enligt revisionsverkets åsikt rimmar provisionsavtal som baserar sig på omsättningen för spel inom spelobjektsamarbete illa med denna princip. Om synlighet i marknadsföringen kan avtalas också till ett fast pris. I spelobjektsarbetet har Veikkaus betalat sina finländska avtalspartners provision

också för vadslagning som hänför sig till utländska objekt. Revisionsverket anser inte ett sådant förfarande vara motiverat.

Angående skötseln av sponsoreringen med tanke på en god skötsel av ekonomin har revisionsverket konstaterat, att Veikkaus inte till alla delar har följt sitt ekonomireglemente. I strid med ekonomireglementet har det i samband med sponsoreringen varit vanligt att ingå muntliga överenskommelser, och detta har inte begränsat sig till undantagsfall. Avtalsbekräftelserna av de muntliga överenskommelserna har varit otillräckliga till sitt sakinnehåll. I detta avseende har en förbättring inträffat redan under revisionens gång. Dessutom har i fråga om ett avtal verkställande direktören överskridit sina avtalsbefogenheter enligt ekonomireglementet.

I den sponsorering som riktar sig till barn och ungdom har enligt revisionsverkets förmenande förekommit drag som strider mot instruktioner och bestämmelser. En väsentlig del av avtalen har inneburit marknadsföring av Veikkaus till barn och ungdomar och dessutom har i marknadsföringen utnyttjats dold reklam. Marknadsföring av dylikt slag är förbjuden.