

1. Ramverk för Idéburet offentligt partnerskap i Helsingborgs stad

För att kunna klara av komplexa samhällsutmaningar behöver Helsingborgs stad samverka med fler olika aktörer i samhället där den idéburen sektorn är en mycket viktig part. Idéburet offentligt partnerskap (IOP) är ett samarbete mellan en eller flera offentliga aktörer och en eller flera idéburna aktörer som syftar till att uppnå ett gemensamt allmännyttigt ändamål.

Detta ramverk är ett stöd i framtagandet av ett idéburet offentligt partnerskap och kan användas av både den idéburna och den offentliga parten.

1.1 Hur gör man för att skriva ett IOP avtal?

Frågor som är särskilt lämpade för partnerskapssamarbete med den idéburna sektorn är ofta komplexa, dvs. det finns inte några färdiga lösningar eller tjänster som kan köpas.

Det börjar med dialog – parterna ska tillsammans identifiera utmaningen och utveckla lösningar tillsammans.

1.2 Kriterier för idéburet offentligt partnerskap

Grunden för ett IOP-avtal är att en eller flera offentliga aktörer och en eller flera idéburna organisationer kan mötas som jämbördiga parter, så långt det är möjligt.

Är det kommunen som ser ett problem man vill ha löst så hamnar det mer på en upphandling, och det är okej att upphandla den ideella sektorn. Till skillnad från en offentlig upphandling har partnerskapet inte formen av ett kommersiellt avtal med till exempel detaljreglering och sanktioner eftersom IOP är en samverkansform som bygger på tillit och med syftet att uppnå ett visst samhälleligt mål. I avtalet bestäms bland annat partnerskapets syfte, vilka resurser respektive part ska bidra med och hur länge avtalet ska gälla.

Om vi kan konstatera att samarbetet inte omfattas av krav på upphandling, kan de villkor som lyfts fram för ett IOP i korthet sammanfattas så här.

- Partnerskapet ska bygga på ett gemensamt samverkansbehov där båda parter har ett gemensamt engagemang och ansvar för att uppnå det gemensamt formulerade målet. Det ska råda en ömsesidig samverkansrelation som bygger på tillit med syftet att uppnå ett visst samhälleligt mål, och inte på ett kommersiellt avtal. Parterna träffas och stämmer av kontinuerligt
- Parterna har en gemensam värdegrund. Målet eller målen som ska uppnås ska vara allmännyttiga, och en utgångspunkt är att det inte ska finnas några färdiga lösningar eller tjänster som kan köpas.
- Båda parter ska bidra med resurser till verksamheten. Det behöver inte handla om pengar utan den idéburna parten kan exempelvis bidra med ideellt arbete och den offentliga parten med lokaler eller administrativa resurser.

Den eller de idéburna organisationerna i partnerskapet ska uppfylla Helsingborgs stads demokrativillkor och formella villkor för ideella organisationer som söker ekonomiskt stöd från Helsingborgs stad.

[Demokrativillkor och formella villkor | Helsingborg.se](https://helsingborg.se/demokrativillkor-och-formella-villkor)

1.3 Vad IOP är och inte är

Helsingborgs stad kan se gemensam nytta att samverka med idéburna organisationer utan att det därmed är mest lämpligt med ett IOP-avtal. Ibland är ett föreningsbidrag att föredra, till exempel när den idéburna organisationens verksamhet är självgående och inte kräver aktiv och regelbunden samverkan med staden kring en specifik insats. Det kan vara både för att testa en ny insats och för att bedriva en verksamhet som kompletterar stadens.

Ett avtal där en idéburen organisation sköter driften av en verksamhet är egentligen inte heller något som är ett IOP-avtal. Då närmar vi oss i stället en upphandling av ett socialt företag. Ett IOP handlar om samhällsvärden och samverkan – inte i första hand om pengar och utförare av tjänster.

Det finns ingen lagstiftning om IOP, utan man får skriva avtal från fall till fall. Det får då inte vara i ett område som kräver upphandling – då ska det upphandlas enligt lagen om offentlig upphandling (LOU).

1.4 Sammanfattning

Punkter vi behöver tänka på innan vi skriver ett IOP-avtal:

- Finns det en marknad?
- Undvik "beställningar" av en tjänst, då blir det för likt en upphandling
- Identifiera behovet gemensamt med de olika parterna
- Verksamheten ska utvecklas av den idéburna parten
- Det ska finnas en plan för budget och utrymme för att bidra med kompetens och resurser till det gemensamma målet
- Avtalet ska bygga på tillit – ej kontroll och sanktioner.

2. Skrivandet av ett IOP

I tecknandet av ett partnerskap bör inte det skriftliga dokumentet stå i fokus. Parternas dialog kring problemformulering, de gemensamma lösningarna och hur samarbetet ska läggas upp är det centrala för ett framgångsrikt partnerskap. Är parterna osäkra på hur avtalet ska utformas kan själva formulerandet av texten stå i vägen för parternas gemensamma arbete. Här följer därför några rubriker som kan användas som utgångspunkt i utformningen av ett IOP-avtal. Då det saknas rättslig definition av Idéburet offentligt partnerskap finns det inga formkrav på hur själva avtalet ska se ut. Följande upplägg kan därför användas som inspiration, det viktiga är att parterna är överens om hur avtalet formuleras.

2.1 Namn på partnerskapet

Underrubrik som tydliggör att det handlar om ett Idéburet offentligt partnerskap (IOP).

2.2 Bakgrundsförutsättningar för avtalet

Kortfattad beskrivning av samhällsutmaningen partnerskapet adresserar, varför partnerskapet tecknas och eventuell tidigare samverkan mellan parterna.

2.2.1 Värdegrund

Vilken värdegrund ska partnerskapet bygga på? Detta kan inkludera exempelvis respekt, öppenhet och dialog, vilka handlar om partnerskapet i sig, men också den värdegrund som gäller för verksamheten, som respekt för målgruppen, barnperspektiv och så vidare. Se även den lokala överenskommelsens sex principer för samverkan.

2.3 Avtalad överenskommelse

Det här stycket handlar om avtalet. Här är lämpligt att skriva att det är framarbetat i samverkan mellan parterna.

2.3.1 Avtalspartner

Här listas de olika parterna.

2.3.2 Verksamhet

Här beskrivs den verksamhet som avtalet gäller. Beskriv verksamheten i relativt stor detalj, eller hänvisa till bilagor med ytterligare detaljer. Det är viktigt att det som står här inte kan missförstås, utan att båda parter är ense om vad verksamheten går ut på. Detta stycke kan ha flera underrubriker om det finns flera separata delar av verksamheten. Här kan man också skriva in avgränsningar om vad som INTE ingår i verksamheten.

2.3.3 Parternas åtaganden

Här listas de olika parternas åtaganden

2.4 Mål med avtalad verksamhet

Varför behövs verksamheten? Vad är det övergripande målet med den?

2.4.1 Strategier för att nå målet

Här kan de olika insatserna som ingår i verksamheten listas, men även kunskapsinhämtning om det är en del av partnerskapet. Testas en ny modell?

2.4.2 Målgrupp

Beskriv målgruppen som verksamheten vänder sig mot. Det är viktigt att vara tydlig vilken målgruppen är, så att ingen tvist uppstår om "fel" målgrupp använder sig av verksamheten.

2.5 Organisation och samverkan

Här beskriver man hur samverkan inom partnerskapet ska ske. Vem bär ansvar för vad, på vilket sätt ska parterna arbeta ihop. Hur organiseras det rent praktiskt, är en part sammankallande och så vidare.

2.5.1 Referensgrupp

Om det finns en referensgrupp eller styrgrupp, hur ofta träffas den, vem ingår och vem leder den?

2.5.2 Kommunikation

Hur ska de olika parterna kommunicera med varandra? Är det den idéburna organisationens ansvar att rapportera till förvaltningen, eller har man ett gemensamt ansvar?

2.6 Kunskapsinhämtning och uppföljning

Beroende på vad partnerskapet gäller kan kunskapsinhämtning vara en viktig del av arbetet, och i så fall är det viktigt att beskriva hur den ska ske, vad ska dokumenteras och av vem. Det är samma sak med uppföljning, beskriv hur och när den ska ske, av vem och hur det ska finansieras. Uppföljning/utvärdering bör genom sitt utfall kunna visa om den verksamhet partnerskapet tecknats för löst den samhällsutmaning den skrevs fram för.

2.7 Ekonomi och resurser

Verksamheten ska inte vara vinstdrivande och ersättningen för den ska vara rimlig. Det är också en viktig del av modellen att båda parter bidrar med resurser. Dessa behöver inte vara ekonomiska, men kan till exempel innebära att den idéburna organisationen bär sina egna overheadkostnader, eller bidrar med gratis lokal eller marknadsföring. Om de resurser organisationen bidrar med är mindre ekonomiska till sin natur kan de beskrivas under en egen rubrik, till exempel Resurser.

Under Ekonomi är det viktigt att beskriva inte bara hur stor ersättningen ska vara men hur och när den ska betalas och till vem. Det är också bra att klargöra om organisationen kan söka andra bidrag för samma verksamhet och hur ett eventuellt överskott ska hanteras

2.8 Period för avtalet

Hur länge ska avtalet gälla? Ofta 2–5 år ibland med möjlighet till förlängning. Upphör det utan uppsägning då denna tidsperiod är slut, och när sker förhandling om förlängning? Hur många gånger kan det förlängas och med hur lång tid?

2.9 Omförhandling, hävningsrätt samt tvist

Här beskrivs vem som kan påkalla omförhandling, lämpligen alla parter. Här beskrivs också hur avvikelser och tvister hanteras och vad som händer om yttre omständigheter försvårar verksamheten.

2.10 Sekretess

Här kan man skriva om någon part har skyldighet att följa offentlighets- och sekretesslagen vad gäller allmänna handlingar.

2.11 Kontaktpersoner

Här listas de olika parternas kontaktpersoner

2.12 Underskrift

Här skriver alla parter under avtalet och får var sitt original.