



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Εθνικόν και Καποδιστριακόν
Πανεπιστήμιον Αθηνών

Πολιτιστική Χορηγία

Ενότητα 1: Βασικές έννοιες της σύγχρονης χορηγίας

Δρ. Θεοκλής-Πέτρος Ζούνης

Σχολή : ΟΠΕ

Τμήμα : Ε.Μ.Μ.Ε.

Περιεχόμενα ενότητας

- Ο ρόλος της Χορηγίας μέσα στην επικοινωνιακή πολιτική της εταιρείας
- Ορισμός της Χορηγίας
- Διαφοροποίηση της χορηγίας από άλλες παρεμφερείς έννοιες
- Μορφές Επιχειρηματικής Χορηγίας
- Διαφοροποιήσεις της Επιχειρηματικής Χορηγίας
- Συνεργασία της χορηγίας με άλλα εταιρικά επικοινωνιακά μέσα
- Ιστορική εξέλιξη της Χορηγίας
- Χορηγικοί συμβαλλόμενοι



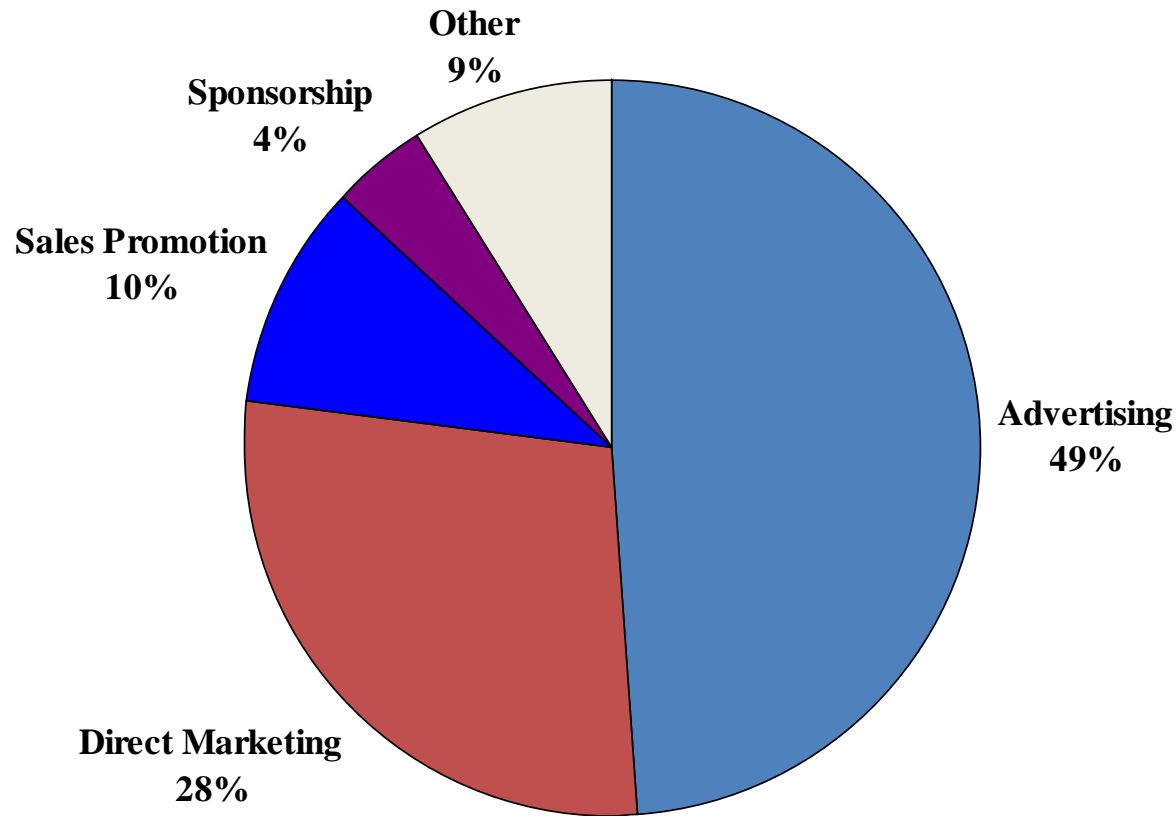
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Τα εταιρικά επικοινωνιακά μέσα (Marketing Communication Mix) αποτελούνται από :

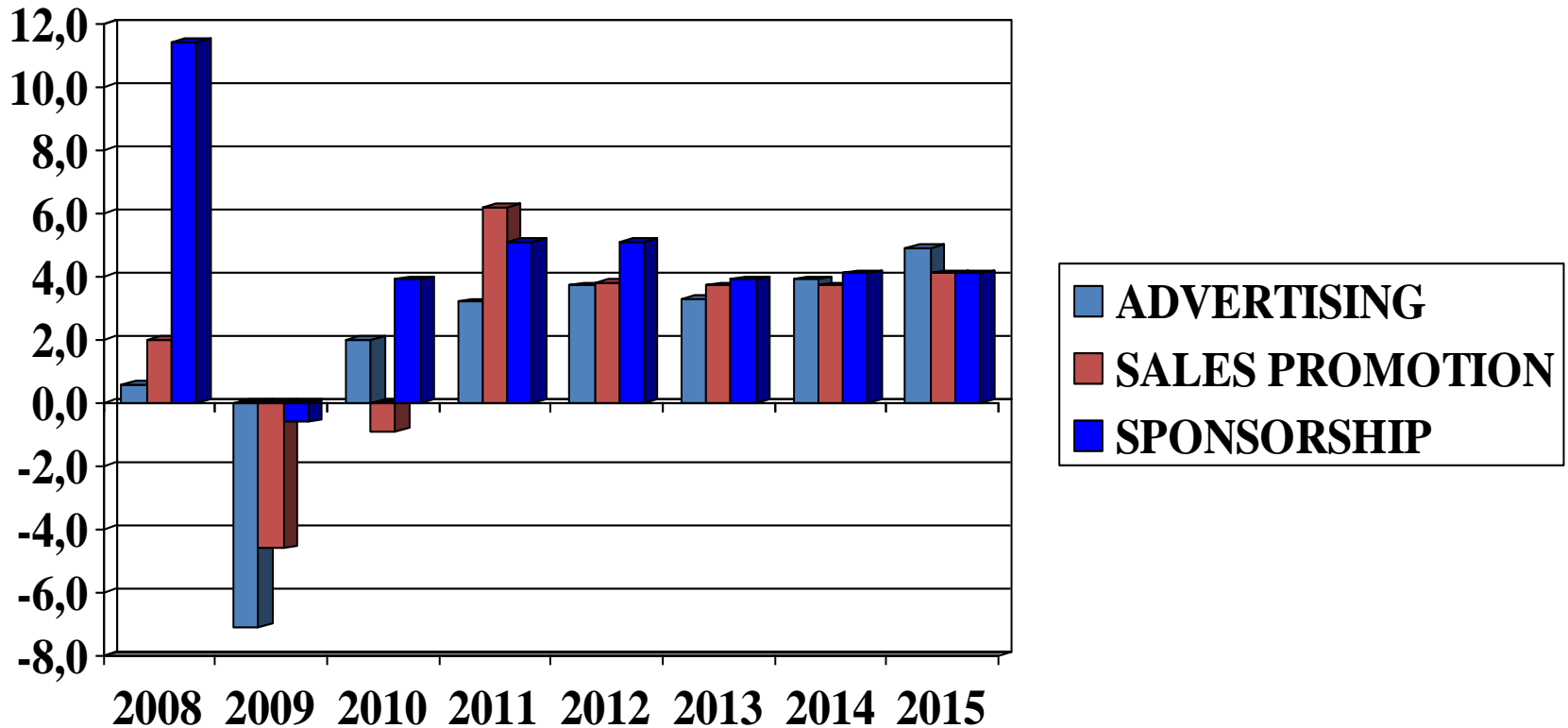
- Τη Διαφήμιση
- Τις Δημόσιες Σχέσεις
- Την Προώθηση των Πωλήσεων
- Τη Χορηγία



GLOBAL MARKETING COMMUNICATIONS TOTAL = US \$ 705 BILLION (2002) SOURCE : SPONSORCLICK



ANNUAL GROWTH OF ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SPONSORSHIP SOURCE AND ESTIMATES : IEG Inc.



Ορισμός της Χορηγίας

Η χορηγία ορίζεται ως η καταβολή χρημάτων ή παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών από μία επιχείρηση σε ένα πολιτιστικό, κοινωνικό, εκπαιδευτικό, φιλανθρωπικό, οικολογικό, αθλητικό ή άλλο φορέα με σκοπό την προβολή του εταιρικού της ονόματος, των προϊόντων ή των υπηρεσιών της.



Ορισμός της Πολιτιστικής Χορηγίας

Η Πολιτιστική Χορηγία ορίζεται ως η καταβολή χρημάτων, παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών από μία επιχείρηση σε ένα πολιτιστικό οργανισμό με σκοπό την προβολή του ονόματος, των προϊόντων ή των υπηρεσιών της επιχείρησης.



Η έννοια του όρου «Πολιτιστική Χορηγία» σύμφωνα με το ν. 3525/2007

Σύμφωνα με το άρθρο 1 του ν. 3525/2007, ως «Πολιτιστική Χορηγία» νοείται η χρηματική ή άλλης μορφής οικονομική παροχή σε είδος ή άυλα αγαθά ή υπηρεσίες από φυσικά ή νομικά πρόσωπα, ημεδαπά ή αλλοδαπά, για την ενίσχυση συγκεκριμένων πολιτιστικών δραστηριοτήτων ή σκοπών του αποδέκτη της χορηγίας με αντιστάθμισμα την προβολή του κοινωνικού προσώπου και της ευποιίας του χορηγού.



Ορισμός της Χορηγίας

(σύμφωνα με τον Ενοποιημένο Κώδικα Διαφήμισης και Πρακτικής Επικοινωνιακού Μάρκετινγκ)

Η Χορηγία είναι μία εμπορική συμφωνία με την οποία ο χορηγός, στο πλαίσιο του αμοιβαίου οφέλους χορηγού και χορηγουμένου, παρέχει την συμφωνηθείσα οικονομική παροχή ή άλλους είδους υποστήριξη προς τον χορηγούμενο προκειμένου να δημιουργήσει ένα σύνδεσμο μεταξύ της εταιρικής εικόνας, των προϊόντων ή των υπηρεσιών του με το χορηγούμενο αντικείμενο, με αντάλλαγμα είτε το δικαίωμα να προβάλλει προς τα έξω αυτή τη σύνδεση ή/και την εξασφάλιση από το χορηγούμενο συγκεκριμένων και συμφωνηθέντων άμεσων ή έμμεσων παροχών προς εκείνον (τον χορηγό).



ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΑΠΟ ΑΛΛΕΣ ΠΑΡΕΜΦΕΡΕΙΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

- Δωρεά / Φιλανθρωπία
- Επιχορήγηση
- Διαφήμιση
- Προώθηση Πωλήσεων
- Δημόσιες Σχέσεις



Η έννοια της «Δωρεάς» σύμφωνα με τον ν. 3525/2007

Σύμφωνα με το άρθρο 2 του ν. 3525/2007, η Δωρεά αποτελεί παροχή στον δωρεοδόχο ενός περιουσιακού αντικειμένου, χωρίς οποιοδήποτε αντάλλαγμα ή αντιστάθμισμα.



Η έννοια της «Επιχορήγησης» σύμφωνα με τον ν. 3525/2007

Σύμφωνα με το άρθρο 2 του ν. 3525/2007, η Επιχορήγηση αποτελεί καταβολή από το Δημόσιο χρηματικής ενίσχυσης σε νομικά πρόσωπα δημόσιου ή ιδιωτικού δικαίου, αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρείες κ.λ.π., για την πραγματοποίηση συγκεκριμένου έργου ή προγράμματος.



Η έννοια της «Διαφήμισης» σύμφωνα με τον ν. 3525/2007

Σύμφωνα με το άρθρο 2 του ν. 3525/2007, η Διαφήμιση αποτελεί παρουσίαση στο κοινό προϊόντων ή υπηρεσιών και προβολή των πλεονεκτημάτων τους, με σκοπό την παρακίνηση του κοινού να αποκτήσει τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες.



Η έννοια της «Προώθησης πωλήσεων» σύμφωνα με τον ν. 3525/2007

Σύμφωνα με το άρθρο 2 του ν. 3525/2007, η Προώθηση πωλήσεων αποτελεί κάθε δραστηριότητα, στο πλαίσιο της εμπορικής συμφωνίας, με στόχο την αύξηση της πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών, με τρόπους άλλους πλην της διαφήμισης, οι οποίοι κατά κανόνα βασίζονται στην προσωπική επαφή με τον καταναλωτή, όπως προσφορές, διαγωνισμοί, εκδηλώσεις.



ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- Πολιτιστική Χορηγία
- Χορηγία του Περιβάλλοντος
- Κοινωνική Χορηγία
- Χορηγία της Εκπαίδευσης
- Χορηγία της Επιστήμης
- Χορηγία του Αθλητισμού (Sports Sponsorship)
- Χορηγία των Μ.Μ.Ε. (Media Sponsorship)
- Χορηγία Γεγονότων (Event Sponsorship)
- Χορηγία του Διαδικτύου (Internet Sponsorship)



ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ

- Μουσική
- Εικαστικά
- Θέατρο
- Χορός
- Κινηματογράφος
- Αρχαιολογία και Πολιτιστική Κληρονομιά
- Φεστιβάλ
- Μουσεία



ΧΟΡΗΓΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

- Περιβαλλοντικές Οργανώσεις (εθνικές, διεθνείς)
- Περιβαλλοντικά Προγράμματα (εθνικά, τοπικά)



ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ

- Κοινωνικά προγράμματα (εθνικά, τοπικά)
- Φιλανθρωπικές οργανώσεις (εθνικές, διεθνείς)
- Δημόσια φιλανθρωπικά και κοινωνικά ιδρύματα
- Δημοτικοί και κοινοτικοί φορείς



ΧΟΡΗΓΙΑ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

- Συνέδρια (επιχειρηματικά, διοίκησης επιχειρήσεων, κ.ά.)
- Εκπαιδευτικά Προγράμματα (πανεπιστημιακά, μέσης εκπαίδευσης, κ.ά.)
- Εκδηλώσεις Εκπαιδευτικών οργανισμών και μονάδων.



ΧΟΡΗΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ

- Επιστημονικά Συνέδρια
- Επιστημονική Έρευνα



ΧΟΡΗΓΙΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ (SPORTS SPONSORSHIP)

- Μηχανοκίνητος Αθλητισμός (Αυτοκίνητα, Μοτοσυκλέτες, κ.ά.)
- Ολυμπιακοί και Παραολυμπιακοί Αγώνες
- Ομαδικά Αθλήματα (Μπάσκετ, Ποδόσφαιρο, Βόλει, κ.ά.)
- Ευγενή Αθλήματα (Τένις, Γκολφ, Ιστιοπλοΐα, κ.ά.)



ΧΟΡΗΓΙΑ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε. (MEDIA SPONSORSHIP)

- Ειδικές εκδόσεις και αφιερώματα του Ημερήσιου και Περιοδικού Τύπου
- Ραδιοφωνικές παραγωγές
- Τηλεοπτικές παραγωγές



ΧΟΡΗΓΙΑ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ (EVENT SPONSORSHIP)

- Συναυλίες σε ανοιχτούς χώρους (music concerts, κ.α.)
- Εμπορικές εκθέσεις
- Happenings
- Μαραθώνιοι



ΧΟΡΗΓΙΑ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ (INTERNET SPONSORSHIP)

- Χορηγία keywords
- Χορηγία σήματος
- Χορηγία ενός site



ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- Εταιρική
- Προϊοντική

- Αποκλειστική Χορηγία
- Συγχορηγία
- Χορηγία “Υποδομής”
- Χορηγία “a la carte”



ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΜΕ ΑΛΛΑ ΕΤΑΙΡΙΚΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

- Διαφήμιση
- Δημόσιες Σχέσεις



ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- Αρχαιότητα
- Οι Πάτρωνες της Ρωμαϊκής Εποχής
- Οι Μαικήνες της Ιταλικής Αναγέννησης
- Οι Ευεργέτες στην Ελλάδα του 19ου αιώνα
- Η χορηγία στις μέρες μας



ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ

- Η χορηγία ήταν τότε μία μορφή πρόσθετου φόρου
- Υπήρχε η δυνατότητα της “Αντίδοσης”
- Οι χορηγοί κάλυπταν τα έξοδα των δραματικών παραστάσεων
- Υπήρχαν άμεσα και έμμεσα οφέλη για τους χορηγούς
- Ο χορηγός δαπανούσε σε ένα χρόνο μέχρι και 15.000 Δρχ. (150-220 χιλ Ευρώ / 50-75 εκατ. Δρχ.)



ΟΙ ΠΑΤΡΩΝΕΣ ΤΗΣ ΡΩΜΑΪΚΗΣ ΕΠΟΧΗΣ

- Οι πάτρωνες ήταν πλούσιοι ρωμαίοι αριστοκράτες (πατρίκιοι)
- Οι πάτρωνες στήριζαν πολιτιστικά και κοινωνικά έργα
- Οι πάτρωνες στόχευαν στην ενίσχυση της κοινωνικής τους θέσης
- Οι πάτρωνες ασκούσαν επίδραση στους πολιτικούς κύκλους της Ρώμης



ΟΙ ΜΑΙΚΗΝΕΣ ΤΗΣ ΙΤΑΛΙΚΗΣ ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗΣ

- Οι Μαικήνες ήταν πλούσιοι έμποροι και τραπεζίτες
- Οι Μαικήνες είχαν στην υπηρεσία τους (“Αυλή”) φημισμένους επιστήμονες και καλλιτέχνες
- Οι Μαικήνες έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη των επιστημών και των τεχνών



ΟΙ ΕΥΕΡΓΕΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟΥ 19ΟΥ ΑΙΩΝΑ

- Χρηματοδότησαν έργα εθνικής σημασίας για την τότε Ελλάδα
- Κληροδότησαν στη γενέτειρά τους το μεγαλύτερο μέρος της περιουσίας τους
- Ο πόθος των ευεργετών ήταν η υστεροφημία τους, αλλά και η αγάπη για την πατρίδα τους



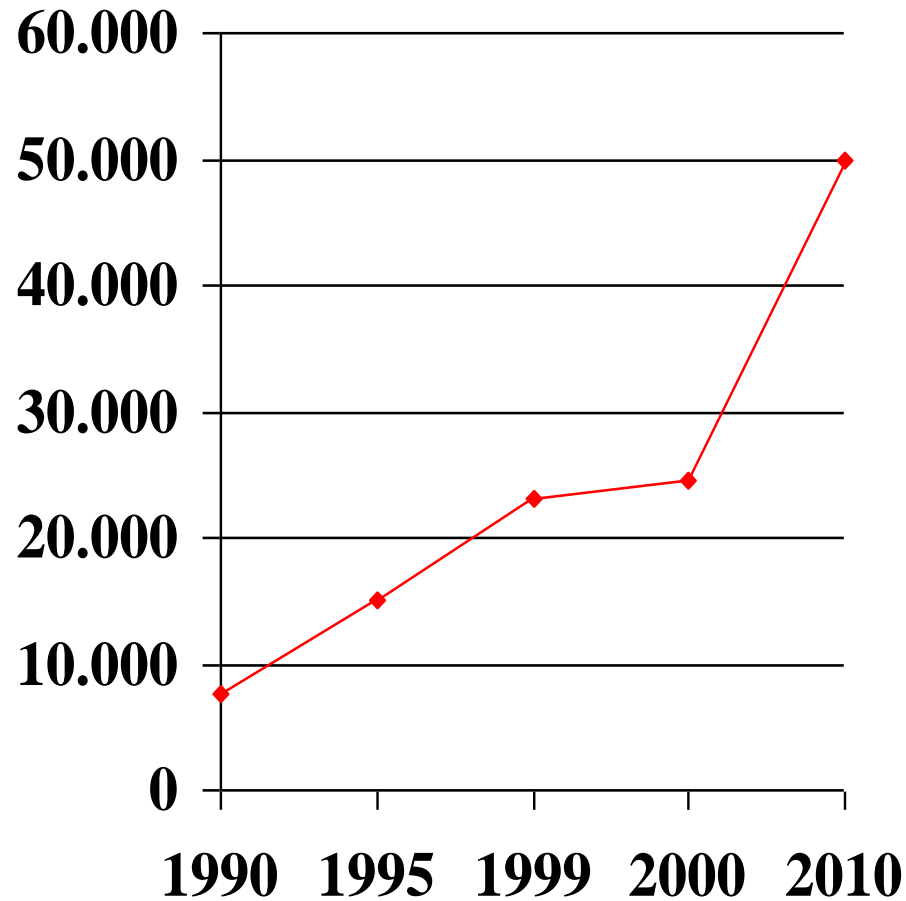
Η ΧΟΡΗΓΙΑ ΣΤΙΣ ΜΕΡΕΣ ΜΑΣ

- Η επιχειρηματική χορηγία με τη σύγχρονη μορφή της εμφανίζεται τη δεκαετία του '50 στις Η.Π.Α.
- Στην Ελλάδα, η επιχειρηματική χορηγία εμφανίστηκε στα τέλη του '80.
- Στα τέλη του 1986 ιδρύεται ο ΟΜΕΠΟ.
- Το 1990 καθιερώθηκαν τα ετήσια χορηγικά βραβεία
- Το 1994 συστάθηκε το Εθνικό Σύστημα Χορηγιών



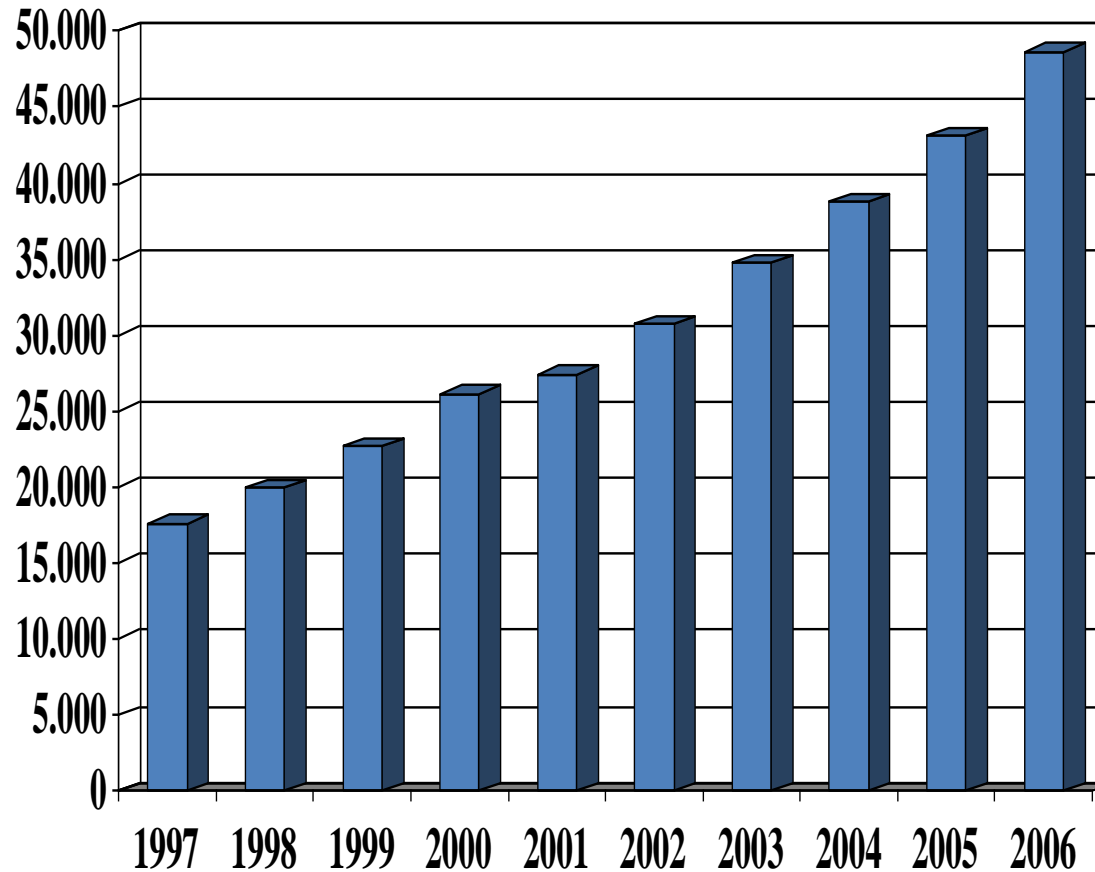
GLOBAL SPONSORSHIP RIGHTS EXPENDITURE (2000)

SOURCE : SPONSORSHIP RESEARCH INTERNATIONAL
(US \$ Mn)



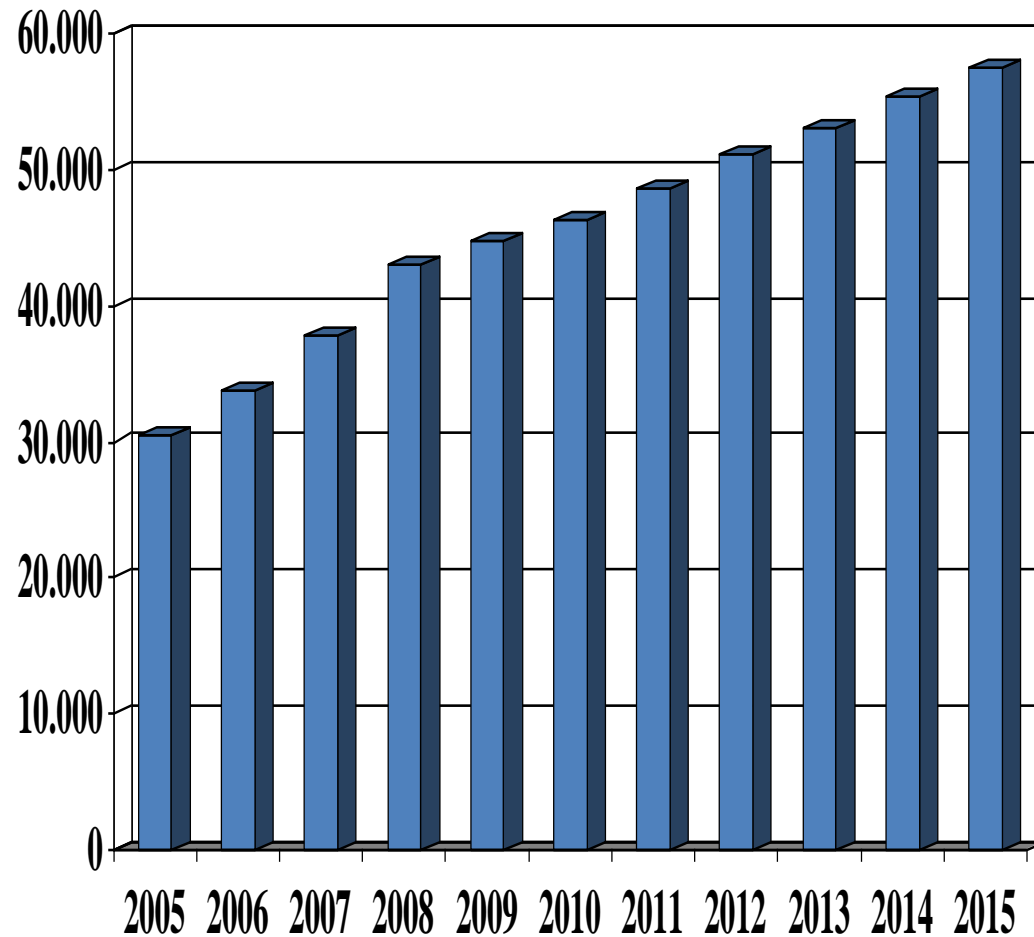
GLOBAL SPONSORSHIP MARKET (2006)

SOURCE AND ESTIMATES : SPONSORCLICK(US \$ Mn)



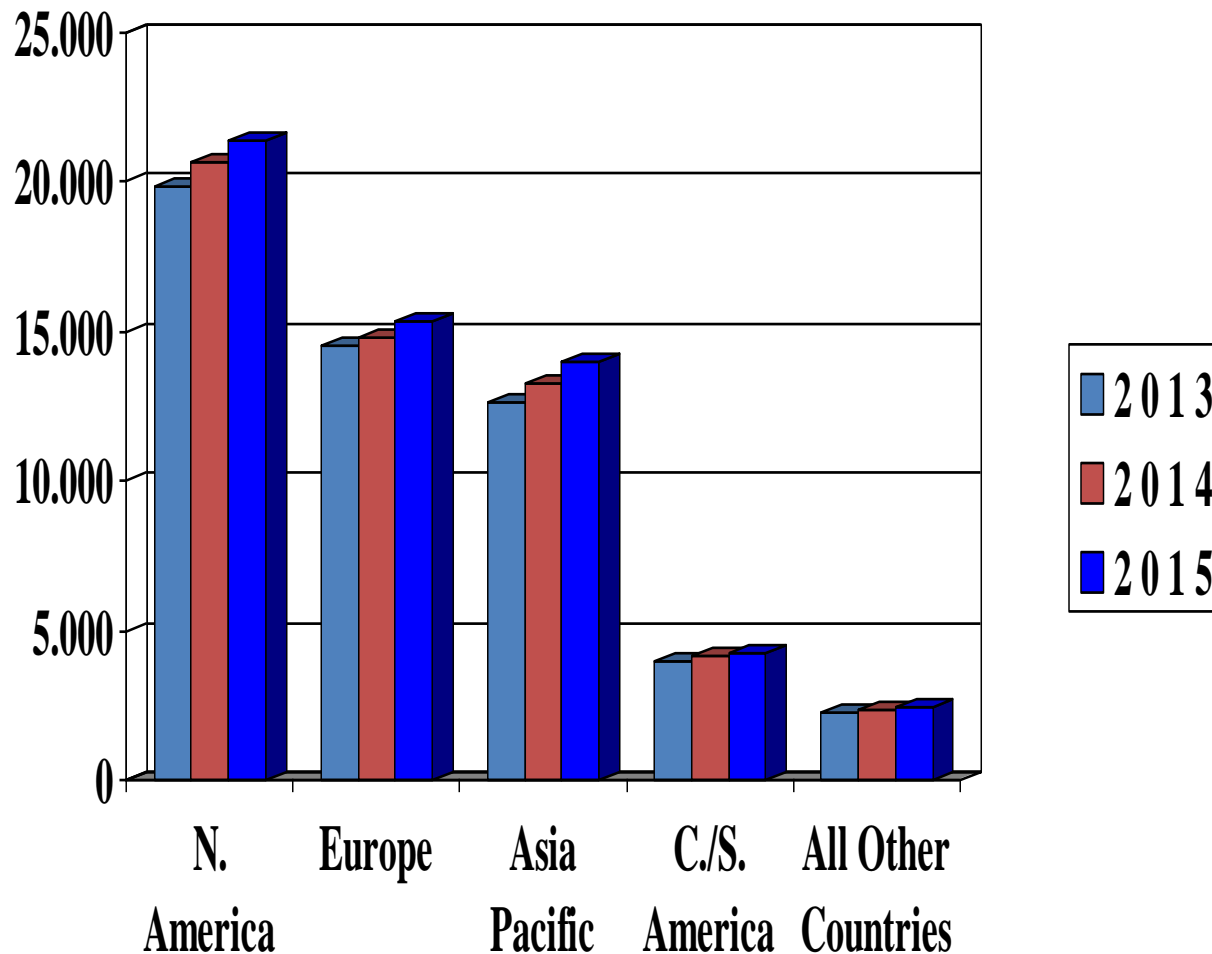
GLOBAL SPONSORSHIP EXPENDITURES (2005-2015)

SOURCE AND ESTIMATES : IEG Inc. (US \$ Mn)



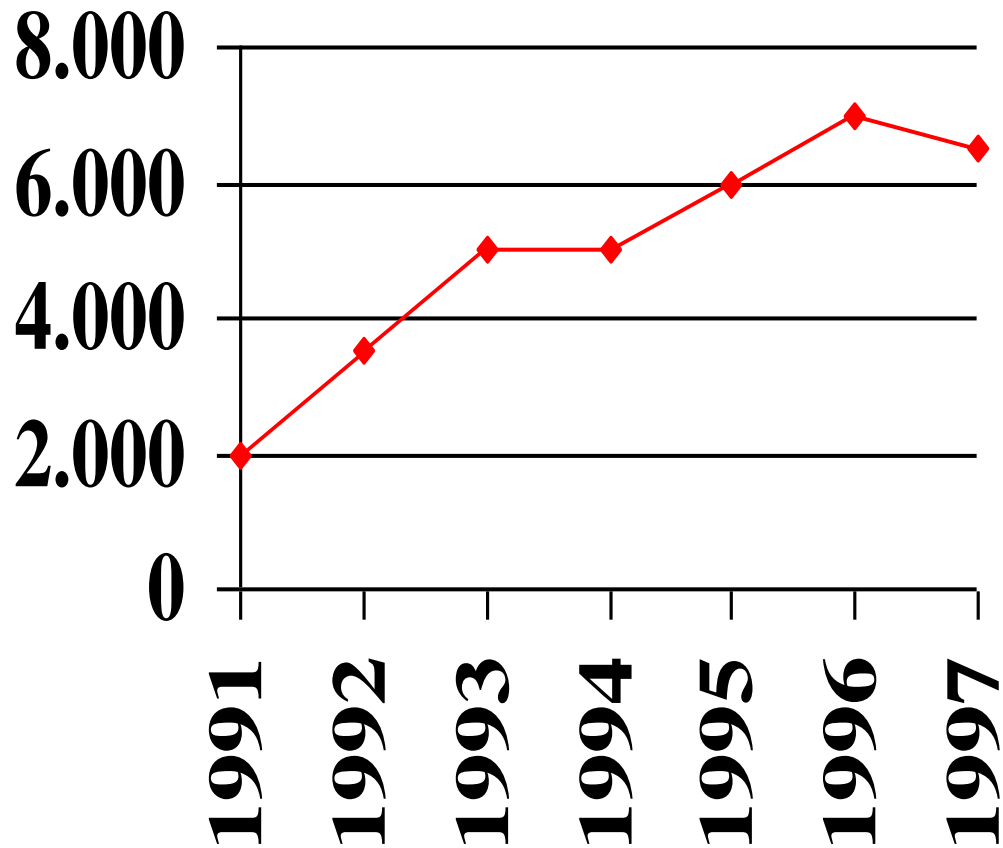
GLOBAL SPONSORSHIP EXPENDITURES (2013 – 2015)

SOURCE AND ESTIMATES : IEG Inc. (US \$ Mn)



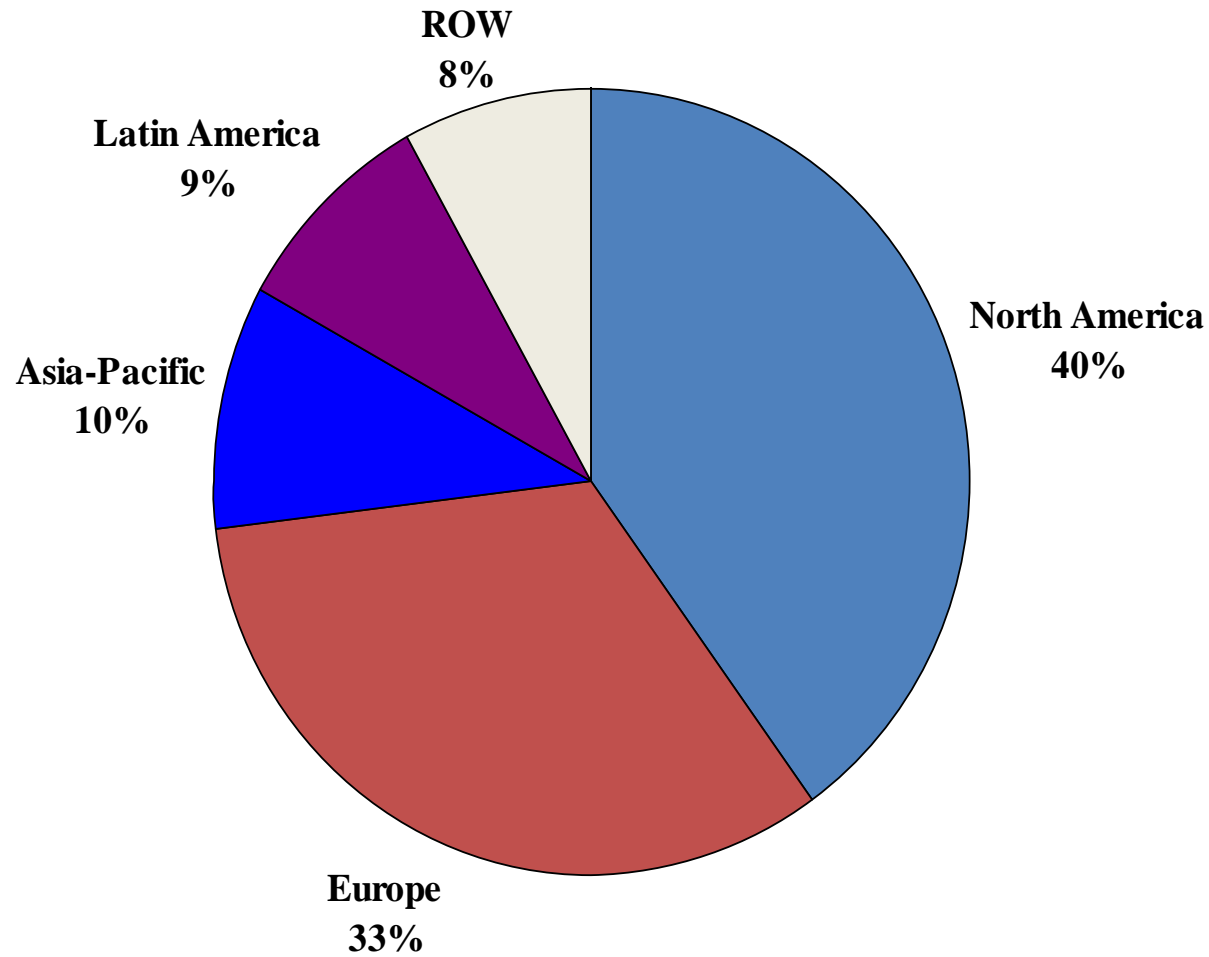
SPONSORSHIP FUNDS (1991-1997)

SOURCE : OMEPO – GREECE (Drahmas in Mn)



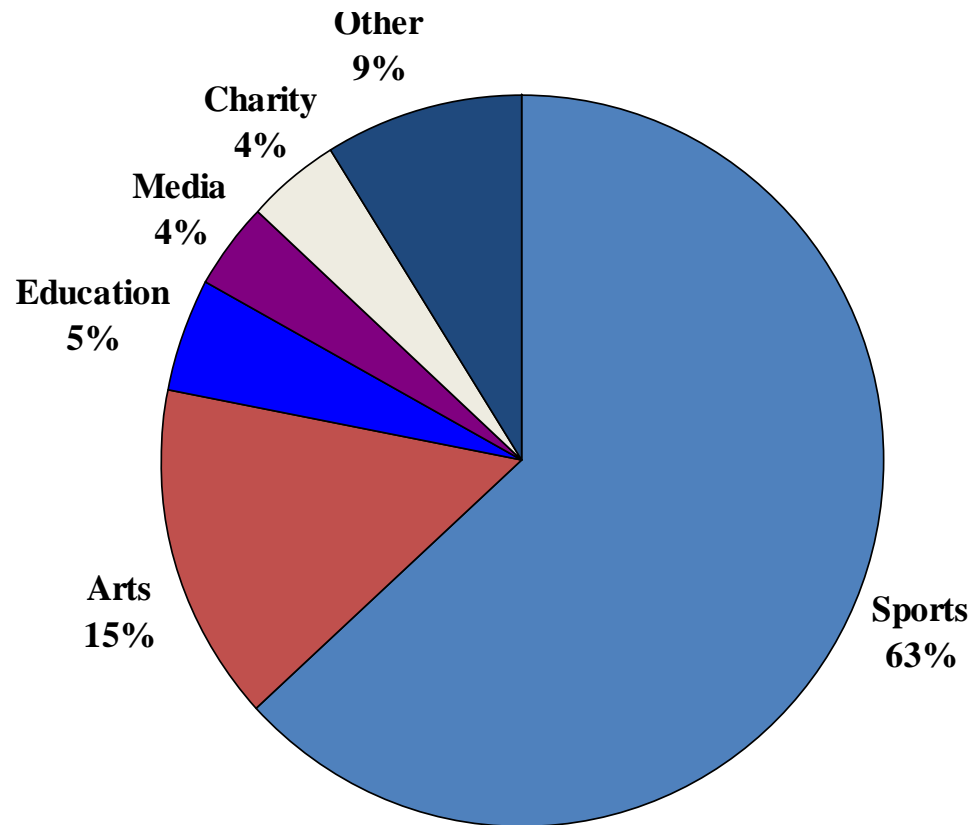
GLOBAL SPONSORSHIP MARKET BY AREA (2002)

SOURCE : SPONSORCLICK



GLOBAL SPONSORSHIP MARKET BY CATEGORY (2002)

SOURCE : SPONSORCLICK



Πολιτιστικές Χορηγίες (Ν. 3525/2007)

Σύνολο : 11.792.108,22 Ευρώ

Περίοδος : Οκτώβριος 2007- Μάϊος 2009

(Στατιστικά Στοιχεία : Γραφείο Χορηγιών)

A. Χορηγοί :

- Φυσικά Πρόσωπα (1,27%)
- Ιδρύματα (17,79%)
- Εταιρείες (80,94%)



B. Αποδέκτες της Χορηγίας :

- ΥΠ.ΠΟ. (21,23%)
- Νομικά πρόσωπα εποπτευόμενα από το ΥΠ.ΠΟ. (20,19%)
- Δημοτικοί φορείς (4,06%)
- Ιδιωτικοί φορείς (54,52%)



ΧΟΡΗΓΙΚΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

- Χορηγοί
- Χορηγούμενοι
- Χορηγικοί Σύμβουλοι



ΟΙ ΣΥΓΧΡΟΝΟΙ ΧΟΡΗΓΟΙ

- Οι σύγχρονοι χορηγοί είναι εταιρείες και όχι φυσικά πρόσωπα
- Οι εταιρείες χρησιμοποιούν τη χορηγία ως επικοινωνιακό μέσο.
- Οι εταιρείες ακολουθούν κάποιο, βραχυχρόνιο ή μακροχρόνιο προγραμματισμό και προϋπολογισμό με στόχο την υλοποίηση των χορηγικών τους προγραμμάτων.



ΟΙ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΟΙ

- Μη κερδοσκοπικοί φορείς με νομική οντότητα
- Κερδοσκοπικοί φορείς με νομική οντότητα
- Φυσικά πρόσωπα



ΧΟΡΗΓΙΚΟΙ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ

- Εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων
- Διαφημιστικές εταιρείες
- Εταιρείες Αθλητικού Μάρκετινγκ
- Επικοινωνιακοί σύμβουλοι
- Χορηγικοί οργανισμοί (κερδοσκοπικοί ή μη)



Τέλος Ενότητας

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Αθηνών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Εθνικών και Καποδιστριακών Πανεπιστημίων Αθηνών, Δρ. Θεοκλής-Πέτρος Ζούνης 2014. Δρ Θεοκλής-Πέτρος Ζούνης. «Πολιτιστική Χορηγία. Βασικές έννοιες της σύγχρονης χορηγίας». Έκδοση: 1.0. Αθήνα 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
<http://opencourses.uoa.gr/courses/MEDIA104/>.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο.
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο.
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο.

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.



Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

