



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Εθνικόν και Καποδιστριακόν
Πανεπιστήμιον Αθηνών

Λειτουργία και εφαρμογές της πολιτιστικής διαχείρισης

Ενότητα 4: Χορηγία και χρηματοδότηση
πολιτιστικών οργανισμών

Δρ. Θεοκλής-Πέτρος Ζούνης

Σχολή : ΟΠΕ

Τμήμα : Ε.Μ.Μ.Ε.

Περιεχόμενα Ενότητας

- Βασικές έννοιες και πλαίσιο λειτουργίας της χορηγίας
- Η συμβολή των πολιτιστικών φορέων στην ανάπτυξη της χορηγίας



ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑ :
«ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΠΛΑΙΣΙΟ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ»

Περιεχόμενα Υποενότητας

- 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
- Το φορολογικό / θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας της Χορηγίας



Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

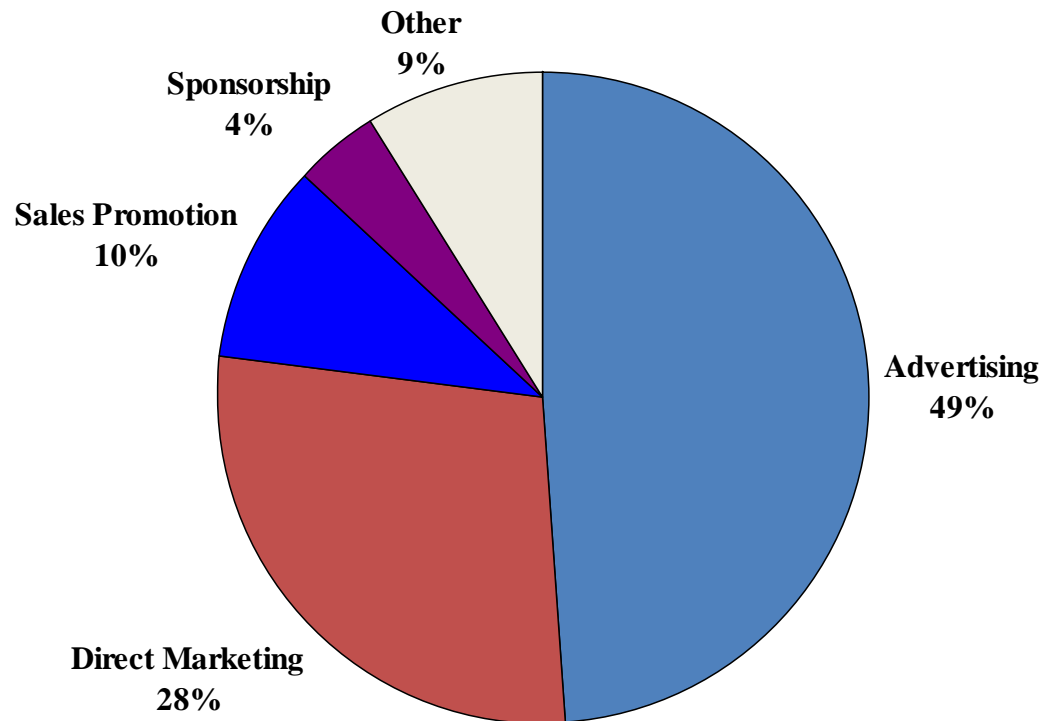
Τα εταιρικά επικοινωνιακά μέσα (Marketing Communication Mix) αποτελούνται από :

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



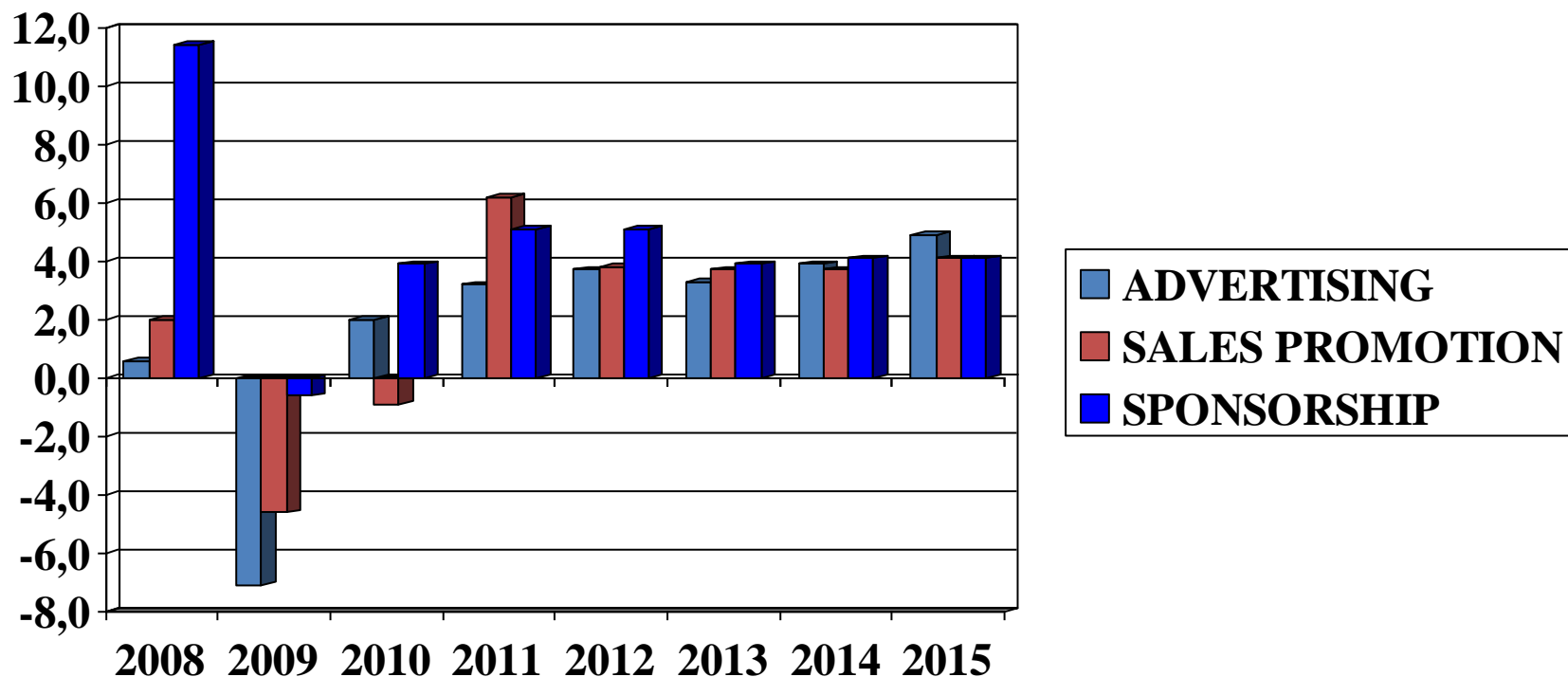
GLOBAL MARKETING COMMUNICATIONS TOTAL = US \$ 705 BILLION (2002)

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 «Πρώθησης πωλήσεων» σύμφωνα με τον ν. 3525/2007

- Σύμφωνα με το άρθρο 2 του ν. 3525/2007, η Πρώθηση 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 Παρολυμπιακοί Αγώνες
- Ομαδικά Αθλήματα (Μπάσκετ, Ποδόσφαιρο, Βόλεϋ, 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.



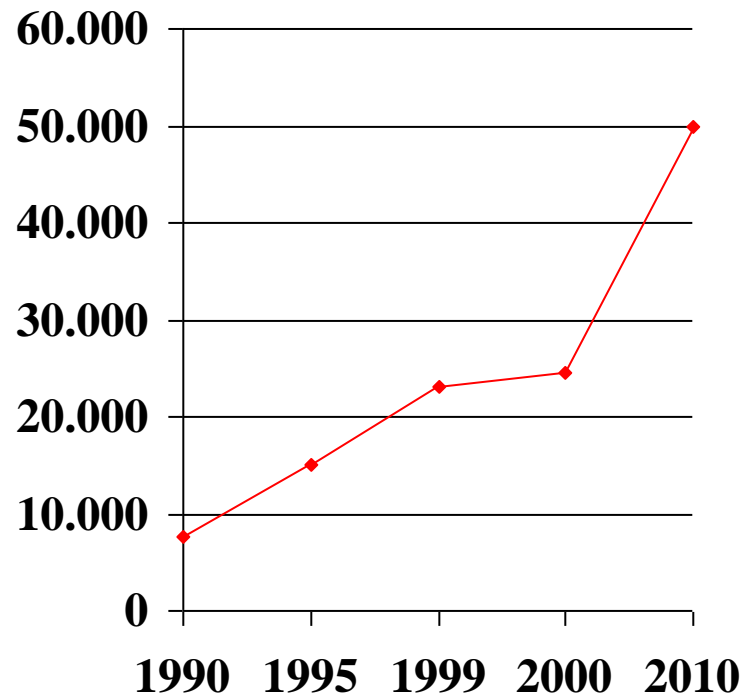
Η ΧΟΡΗΓΙΑ ΣΤΙΣ ΜΕΡΕΣ ΜΑΣ

- 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)

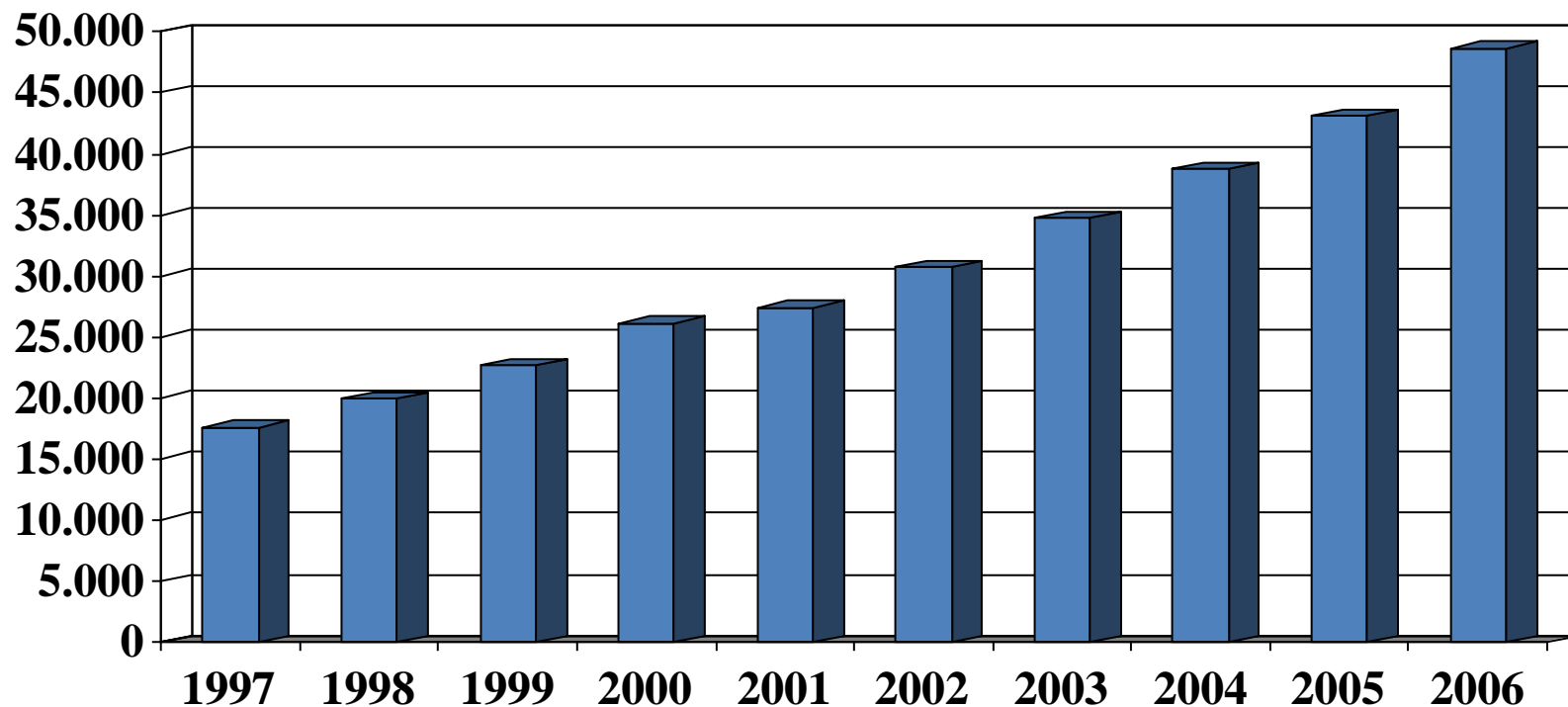
SOURCE : SPONSORSHIP RESEARCH INTERNATIONAL
(US \$ Mn)



GLOBAL SPONSORSHIP MARKET (2006)

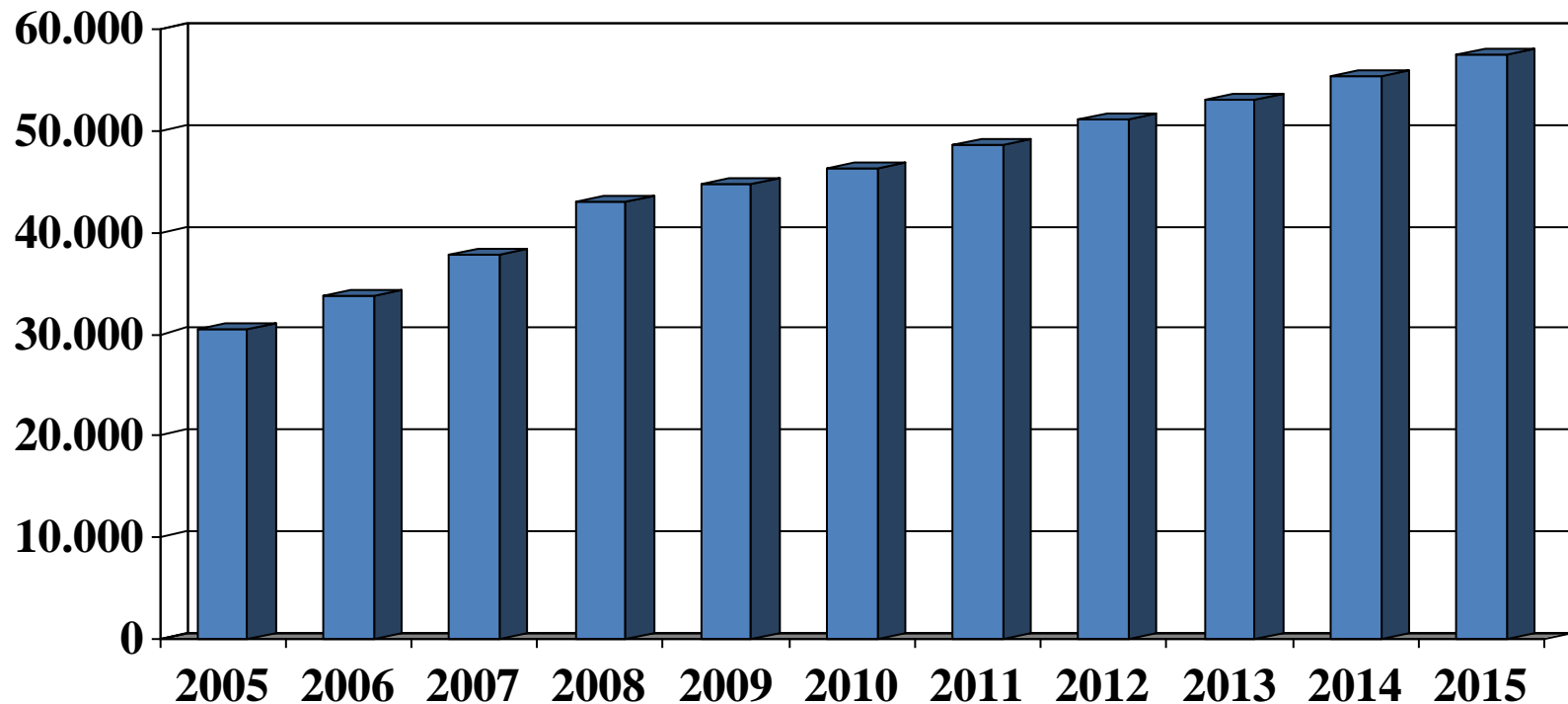
SOURCE AND ESTIMATES : SPONSORCLICK

(US \$ Mn)



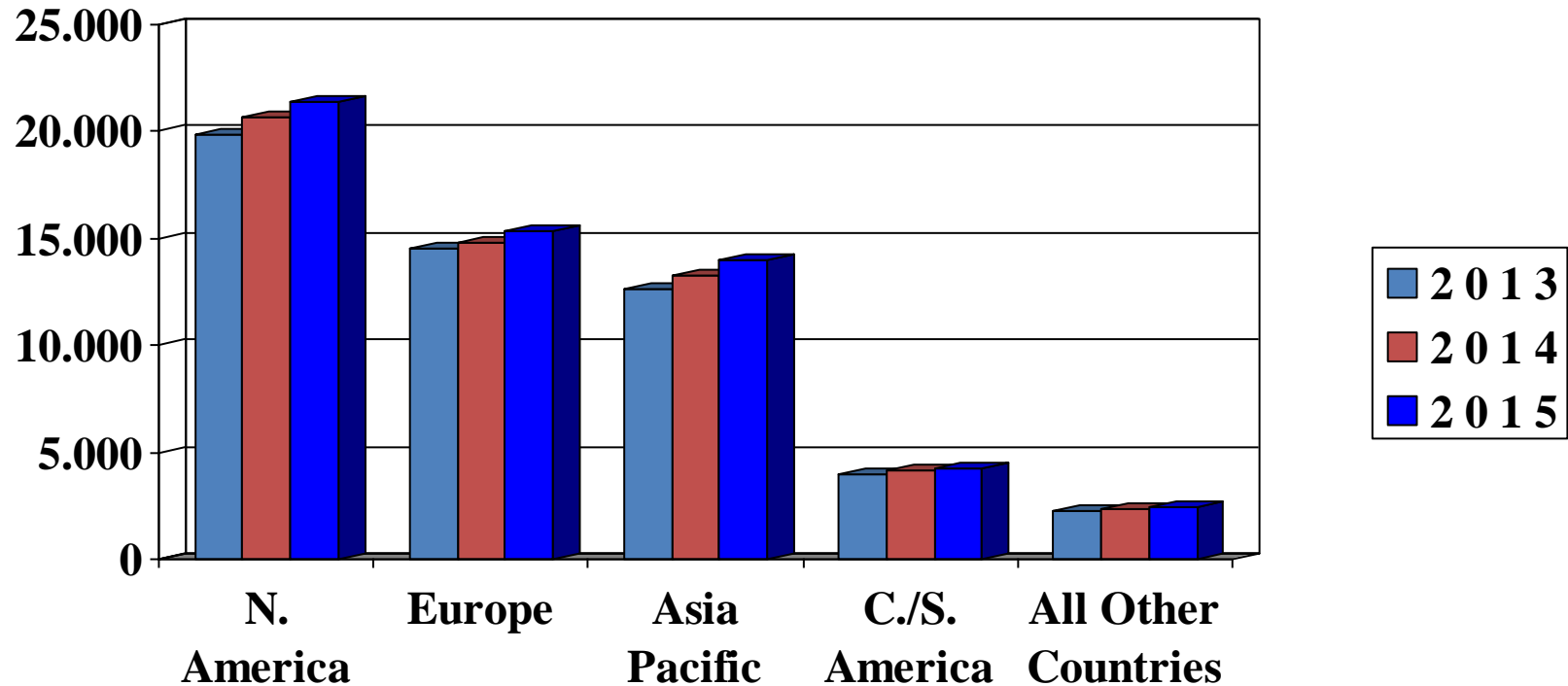
GLOBAL SPONSORSHIP EXPENDITURES (2005-2015)

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



GLOBAL SPONSORSHIP EXPENDITURES (2013 – 2015)

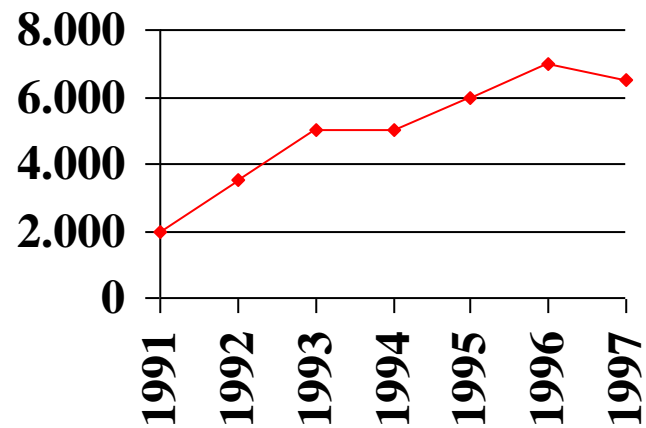
SOURCE AND ESTIMATES : IEG Inc.
(US \$ Mn)



SPONSORSHIP FUNDS (1991-1997)

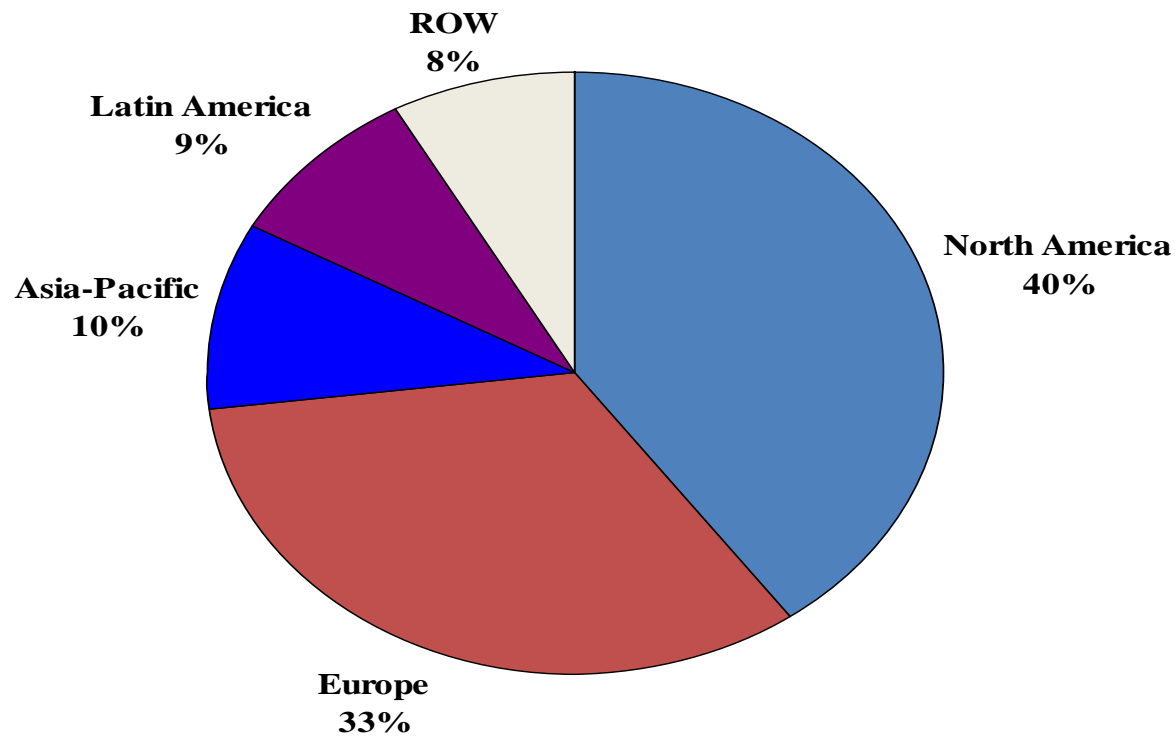
SOURCE : OMEPO - GREECE

(Drahmas in Mn)



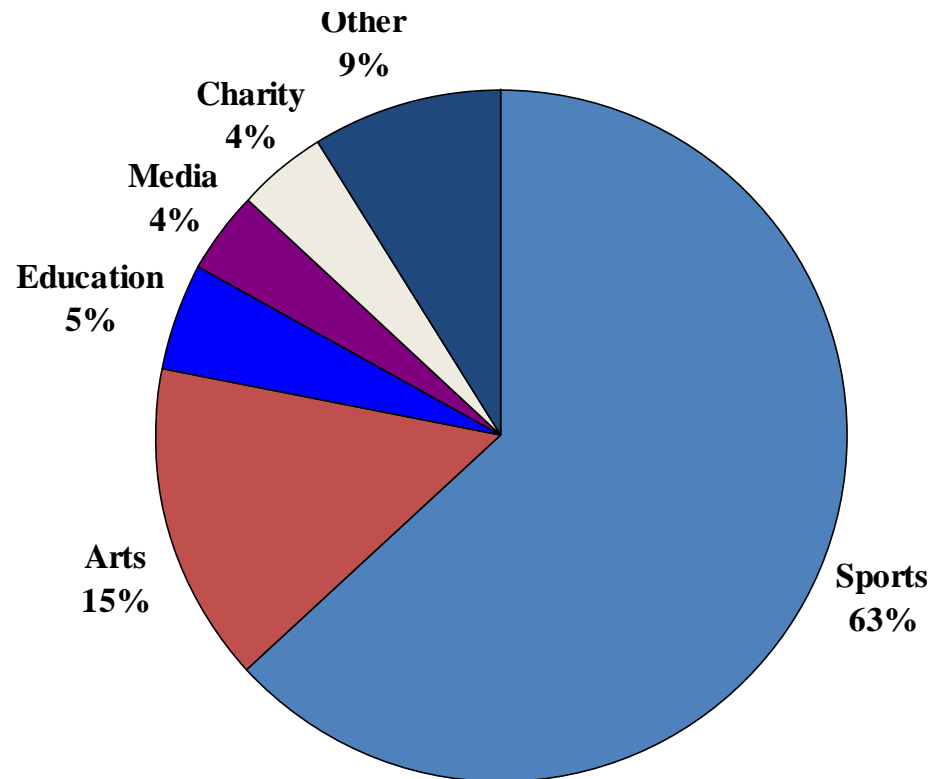
GLOBAL SPONSORSHIP MARKET BY AREA (2002)

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)

Α. Χορηγοί :

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



Β. Αποδέκτες της Χορηγίας :

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



ΤΟ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟ / ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- Νέος Νόμος του ΥΠ.ΠΟ. «Πολιτιστική Χορηγία» : νέο θεσμικό πλαίσιο για την πολιτιστική χορηγία
- Διατάξεις του Κώδικα Φορολογικής Απεικόνισης Συναλλαγών : διατάξεις για τις χορηγίες



ΝΕΟΣ ΝΟΜΟΣ «ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ»

- Ορισμοί
- Νέα Θεσμικά Όργανα
- Θέματα Σύμβασης Χορηγίας
- Καθιέρωση Κατηγοριών Χορηγιών
- Θέσπιση των Χορηγικών Βραβείων
- Φορολογικές Εκπτώσεις
- Παρακράτηση 1% υπέρ του Ο.Π.Ε.Π.



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.



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

- Σύμφωνα με το άρθρο 1 του ν. 3525/2007, ως «Πολιτιστική δραστηριότητα» νοείται η δραστηριότητα που αποσκοπεί στην προστασία, αξιοποίηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως η τελευταία ορίζεται στο ν. 3028/2002 (ΦΕΚ 153 Α΄/28.6.2002), καθώς και στην ενίσχυση και προβολή του νεότερου και σύγχρονου πολιτισμού, ο οποίος περιλαμβάνει κάθε δράση που αποσκοπεί ιδίως στην παραγωγή, καλλιέργεια, προαγωγή και διάδοση των γραμμάτων, της μουσικής, του χορού, του θεάτρου, του κινηματογράφου, της αρχιτεκτονικής, της ζωγραφικής, της γλυπτικής, των εικαστικών τεχνών.



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

- Σύμφωνα με το άρθρο 1 του ν. 3525/2007, ως «Χορηγός» νοείται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ημεδαπό ή αλλοδαπό, του ιδιωτικού δικαίου που προβαίνει σε πολιτιστική χορηγία.



Η έννοια του όρου «Αποδέκτης Χορηγίας» σύμφωνα με το ν. 3525/2007

- Σύμφωνα με το άρθρο 1 του ν. 3525/2007, ως «Αποδέκτης Χορηγίας» νοείται το Δημόσιο, οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης α΄ και β΄ βαθμού, τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, τα νομικά πρόσωπα του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως αυτός κάθε φορά οριοθετείται, καθώς και τα νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και οι αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρείες του άρθρου 741 Α.Κ., που επιδιώκουν, κατά το καταστατικό τους, σκοπούς πολιτιστικούς.



ΝΕΑ ΘΕΣΜΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ

- Γραφείο Χορηγιών
- Συμβούλιο Χορηγιών
- Ειδική Εκτιμητική Επιτροπή για την χρηματική αποτίμηση της αξίας των παροχών σε είδος, άυλα αγαθά ή υπηρεσίες που προσφέρονται ως πολιτιστικές χορηγίες.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- Πολιτιστική Δραστηριότητα που αναλαμβάνει να ενισχύσει ο χορηγός
- Το είδος της παροχής του χορηγού
- Τα αντισταθμίσιμα υπέρ του χορηγού
- Άλλα δικαιώματα και υποχρεώσεις χορηγού και αποδέκτη της χορηγίας
- Οι λόγοι καταγγελίας της σύμβασης και οι συνέπειές της.
- Το ενδεχόμενο πολλαπλής χορηγίας, συγχορηγίας ή μερικής χορηγίας.
- Διάρκεια της σύμβασης χορηγίας.



ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΧΟΡΗΓΩΝ (κατάταξη που αφορά την απονομή ηθικού επαίνου)

- Μέγας Χορηγός
- Χορηγός
- Υποστηρικτής
- Φίλος



Ο ΘΕΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΙΚΩΝ ΒΡΑΒΕΙΩΝ

- Θα απονέμονται κατ' έτος από τον Υπουργό Πολιτισμού μετά από γνωμοδότηση του Συμβουλίου Χορηγιών.
- Θα έχουν σκοπό την ηθική επιβράβευση των χορηγών, την κοινωνική αναγνώριση της χορηγικής προσφοράς και την ανάπτυξη ευγενούς άμιλλας μεταξύ των χορηγών.
- Θα συμβάλλουν στην διάδοση των αξιών και αρχών της πολιτιστικής χορηγίας καθώς και στην καλλιέργεια σχέσεων καλής θέλησης και αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ χορηγών και αποδεκτών πολιτιστικής χορηγίας.



Έκπτωση πολιτιστικών χορηγιών από το εισόδημα

- Σύμφωνα με το άρθρο 12 του ν. 3525/2007, το χρηματικό ποσό ή η αξία της παροχής μετά από χρηματική αποτίμηση αυτής από ειδική εκτιμητική επιτροπή, που προσφέρεται ως πολιτιστική χορηγία, σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος νόμου, εκπίπτει εξ ολοκλήρου από το φορολογητέο εισόδημα του φορολογούμενου ή τα ακαθάριστα εισοδήματα της επιχείρησης που προσέφεραν τη χορηγία. Το αφαιρούμενο συνολικό ποσό δεν μπορεί να υπερβαίνει το 10% του συνολικού φορολογούμενου εισοδήματος ή των καθαρών κερδών που προκύπτουν από τα βιβλία της επιχείρησης που προσέφερε τη χορηγία.



Παρακράτηση ποσοστού υπέρ του Ταμείου Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων (ΤΑΠ)

- Σύμφωνα με το άρθρο 14 του ν. 3525/2007, ποσοστό 1% επί του ποσού κάθε χρηματικής χορηγίας, που υποβάλλεται στο Γραφείο Χορηγιών και εμπίπτει στις διατάξεις του παρόντος νόμος, παρακρατείται από το Υπουργείο Πολιτισμού και αποδίδεται στο Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων (ΤΑΠ), για την εκπλήρωση των σκοπών του.



ΟΙ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΗΣ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

- Σύμφωνα με τον Κώδικα, η Χορηγία είναι πράξη που πραγματοποιείται έναντι προσυμφωνηθέντων και προκαθορισμένων άμεσων ή έμμεσων υπηρεσιών προβολής και διαφήμισης του χορηγού μέσω των εκδηλώσεων που οργανώνει το χορηγούμενο πρόσωπο.
- Όταν προσφέρονται υπηρεσίες προβολής και διαφήμισης προς τον χορηγό, άμεσες ή έμμεσες τότε πρόκειται για παροχή υπηρεσίας και πρέπει να εκδοθεί τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών από το πρόσωπο το οποίο λαμβάνει την χορηγία.
- Ο λαμβάνων τη χορηγία αναλαμβάνει να αναγράψει ή αναφέρει την επωνυμία του χορηγού σε κάθε διαφήμιση της εκδήλωσης.
- Υποχρέωση έκδοσης τιμολογίου παροχής υπηρεσιών έχει κάθε πρόσωπο που παρέχει υπηρεσίες, έστω και αν επιδιώκει εν γένει μη κερδοσκοπικούς σκοπούς.



ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑ : «Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ
ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ»

Περιεχόμενα Υποενότητας

- Η ΦΥΣΗ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ
- ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ
- Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΧΟΡΗΓΩΝ
- ΟΙ ΣΥΝΗΘΕΙΣ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ
- Η ΧΟΡΗΓΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ
- ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΧΟΡΗΓΟΥΣ



Η ΦΥΣΗ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ

- Δημόσιοι φορείς
- Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου
- Μη κερδοσκοπικοί φορείς με νομική οντότητα
- Κερδοσκοπικοί φορείς με νομική οντότητα
- Φυσικά πρόσωπα



ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

- Η εξασφάλιση πόρων για την υλοποίηση των προγραμμάτων τους
- Η σύνδεση των χορηγούμενων προγραμμάτων με τη φήμη και την αίγλη του χορηγού
- Η δημιουργία ευκαιριών για νέες επαγγελματικές επαφές και τη σύσφιξη των αντίστοιχων παλαιότερων



Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΧΟΡΗΓΩΝ

- Καθορισμός χορηγικής πρότασης
- Έρευνα χορηγικής αγοράς
- Καθορισμός χρονοδιαγράμματος
- Δυνατότητα παρέμβασης του χορηγού στο καλλιτεχνικό αποτέλεσμα του χορηγούμενου πολιτιστικού προγράμματος (έργου)



ΟΙ ΣΥΝΗΘΕΙΣ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ

- Η έλλειψη σχεδιασμού και χρονοδιαγράμματος
- Η έλλειψη κατάλληλων στελεχών
- Η έλλειψη γνώσης της χορηγικής αγοράς
- Η δυσπιστία έναντι των χορηγικών μεσολαβητών και συμβούλων



Η ΧΟΡΗΓΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ

- Ο Χορηγούμενος Φορέας
- Το Υποψήφιο Χορηγούμενο Πρόγραμμα (Έργο)
- Τα Αντισταθμιστικά Οφέλη και οι Παροχές προς τους Χορηγούς
- Ο Χορηγικός Προϋπολογισμός



ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ

- Φύση
- Οργανωτική δομή
- Επαγγελματικές συνεργασίες
- Χορηγικές συνεργασίες



ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ (ΕΡΓΟ)

- Φύση
- Συντελεστές
- Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης
- Χώρος υλοποίησης
- Τρόποι προβολής
- Το κοινό που απευθύνεται



ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΤΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΧΟΡΗΓΟΥΣ

- Δυνατότητες Προβολής του Χορηγού
- Δυνατότητα Δημοσιότητας του Χορηγού
- Δυνατότητες Εταιρικής Φιλοξενίας
(Corporate Hospitality)
- Άλλες Παροχές προς τους Χορηγούς



ΧΟΡΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

- Λειτουργικά Έξοδα Χορηγικού Προγράμματος
- Εξοδα Δημοσιότητας και Προβολής Χορηγικού Προγράμματος



ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΧΟΡΗΓΟΥΣ

- Υπηρεσίες Δημοσιότητας μέσω του έντυπου χορηγικού υλικού
- Υπηρεσίες Προβολής του χορηγού στα Μ.Μ.Ε.
- Υπηρεσίες Εταιρικής Φιλοξενίας (Corporate Hospitality)
- Άλλες Υπηρεσίες : Δοκιμή Προϊόντων (Sampling), Αναμνηστικά Δώρα (Durable Reminders)



Έρευνα της CELLOY για την Χορηγία στην Ελλάδα (Πηγή : Sponsor It, Μάιος 2009)

Κριτήρια αποδοχής χορηγικής πρότασης από τους χορηγούς

- Ταύτιση της χορηγικής πρότασης με τις αξίες και το όραμα της εταιρείας καθώς και με την χορηγική στρατηγική της (79%).
- Εγκυρότητα / Αξιοπιστία του Οργανισμού / Φορέα (47%).
- Σχέση κόστους-οφέλους (41%).
- Διαθεσιμότητα budget (25%).
- Προφίλ του κοινού-στόχου της δραστηριότητας (23%).



Έρευνα της CELLOY για την Χορηγία στην Ελλάδα (Πηγή : Sponsor It, Μάιος 2009)

Κριτήρια αποδοχής χορηγικής πρότασης από τους χορηγούς

- Σημαντικότητα του εγχειρήματος και των αναμενόμενων αποτελεσμάτων (20%)
- Προβλεπόμενα αποτελέσματα (18%).
- Άλλοι χορηγοί / συγχορηγοί (16%).
- Δυνατότητα αποτελεσματικής μετάδοσης του μηνύματος στο κοινό-στόχο (16%).
- Αμοιβαία εκτίμηση και συνεργασία (15%).



Έρευνα της CELLOY για την Χορηγία στην Ελλάδα (Πηγή : Sponsor It, Μάιος 2009)

Κριτήρια αποδοχής χορηγικής πρότασης από τους χορηγούς

- Κατάθεση ολοκληρωμένης χορηγικής πρότασης (13%).
- Δυνατότητα μακροχρόνιων συνεργασιών (13%).
- Δημιουργικότητα και concept της χορηγικής πρότασης (10%).
- Χρόνος απασχόλησης για τη διαχείριση και την υλοποίηση της χορηγίας σε σχέση με τα αποτελέσματα (8%).
- Ένστικτο (5%).



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 Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Εθνικών και Καποδιστριακών Πανεπιστημίων Αθηνών, Δρ. Θεοκλής-Πέτρος Ζούνης 2015. Δρ Θεοκλής-Πέτρος Ζούνης. «Λειτουργία και εφαρμογές της πολιτιστικής διαχείρισης Χορηγία και χρηματοδότηση πολιτιστικών οργανισμών». Έκδοση: 1.0. Αθήνα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <http://opencourses.uoa.gr/courses/MEDIA105/>.



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.

