



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Εθνικό και Καποδιστριακό
Πανεπιστήμιο Αθηνών

Τίτλος Μαθήματος : Πολιτιστική Χορηγία
Ενότητα 6: Χορηγική συμφωνία
Όνομα Καθηγητή: Δρ. Θεοκλής-Πέτρος Ζούνης
Τμήμα: Επικοινωνίας και Μ.Μ.Ε.

1. Εισαγωγή

Για την επιτυχία της συνεργασίας μεταξύ χορηγών και χορηγουμένων είναι πολύ σημαντικό να έχει συνταχθεί εξ αρχής μία γραπτή συμφωνία μεταξύ των δύο αυτών μερών που να καλύπτει κάθε πιθανή λεπτομέρεια της συνεργασίας αυτής με ακρίβεια, συνέπεια και καλή πίστη.

2. Τα βασικά μέρη μίας χορηγικής συμφωνίας

Τα βασικά μέρη που χρειάζεται να περιλαμβάνει η χορηγική συμφωνία είναι κυρίως :

- α) Τα δικαιώματα του χορηγού.
- β) Η διάρκεια της χορηγικής συνεργασίας.
- γ) Το χορηγικό ποσό.
- δ) Οι υποχρεώσεις του χορηγού.
- ε) Οι υποχρεώσεις του χορηγούμενου.

α) Τα δικαιώματα του χορηγού :

Τα δικαιώματα του χορηγού ή των χορηγών μέσα από μία χορηγική συμφωνία συνοψίζονται κυρίως στα εξής ουσιώδη σημεία :

- Η ονομασία του χορηγούμενου γεγονότος (Event Title) :
Η χορηγική συμφωνία καθορίζει πως ο χορηγός (εταιρεία ή προϊόν) μπορεί να αναγνωρίζεται περισσότερο η λιγότερο μέσα από την ονομασία του χορηγούμενου γεγονότος. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να υπάρχει άμεση αναφορά του χορηγού στο συνθετικό του ονόματος του χορηγούμενου γεγονότος. Η συμφωνία επίσης καθορίζει σε τι βαθμό ο χορηγός μπορεί να χρησιμοποιεί την ονομασία και το λογότυπο του χορηγούμενου γεγονότος και του χορηγούμενου φορέα στα πλαίσια των δικών του επικοινωνιακών ενεργειών (διαφημιστικές καταχωρήσεις, δελτία τύπου, προωθητικές ενέργειες πωλήσεων, κ.ά.)
- Η δυνατότητα δημιουργίας ειδικού λογοτύπου για το χορηγούμενο γεγονός (Event Logo) : Η δυνατότητα δημιουργίας ειδικού λογοτύπου για την προβολή του χορηγούμενου γεγονότος προς τα έξω και προς τα Μ.Μ.Ε. Ειδικότερα, η συμφωνία καθορίζει το βαθμό χρησιμοποίησης του ειδικού αυτού λογοτύπου στις επικοινωνιακές ενέργειες του χορηγού ή των χορηγών.
- Η ονομασία με την οποία θα εμφανίζεται ο χορηγός (Designation) :
Μέσα από την συμφωνία καθορίζεται αν ο χορηγός θα είναι ο αποκλειστικός χορηγός, όποτε θα έχει επομένως και όλα τα δικαιώματα που απορρέουν μέσα από την αποκλειστική (exclusivity) και μοναδική του χορηγία, ή θα είναι συγχορηγός για κάποια συγκεκριμένη παροχή σε χρήμα, σε είδος ή σε υπηρεσία

(χορηγός επικοινωνίας, χορηγός δείπνου, κ.ά.). Ο χορηγός μπορεί να θέσει περιορισμούς στη χρησιμοποίηση ανταγωνιστών του ως συγχορηγών.

- Η χρήση των εταιρικών ονομάτων και σημάτων του χορηγού (Sponsor's marks) από το χορηγούμενο φορέα : Ο χορηγός με βάση τη συμφωνία μπορεί να καθορίσει το βαθμό χρήσης των ονομάτων και των σημάτων του από το χορηγούμενο στις επικοινωνιακές ενέργειες του δεύτερου. Επίσης, ο χορηγός μπορεί στα πλαίσια του χορηγούμενου γεγονότος να θέσει περιορισμούς στη δυνατότητα χρήσης των εταιρικών του ονομάτων και σημάτων από τρίτα μέρη (διαφημιστικές εταιρείες, εταιρείες ερευνών, εταιρείες προώθησης προϊόντων, κ.ά.). με ευθύνη του χορηγούμενου.

β) Η διάρκεια της χορηγικής συνεργασίας :

Η συμφωνία καθορίζει τη διάρκεια της συνεργασίας μεταξύ χορηγών και χορηγουμένων. Η διάρκεια αυτή μπορεί να είναι πολύ σύντομη, μέχρι ένα έτος, με στόχο την κάλυψη μίας εκδήλωσης (πολιτιστικής, κοινωνικής, εκπαιδευτικής, οικολογικής, αθλητικής, κ.ά.) ή μακροχρόνια, πάνω από 3 έτη, καλύπτονταν ένα πολυετές πρόγραμμα εκδηλώσεων και ενεργειών ενός χορηγούμενου φορέα. Μέσα από μία συμφωνία μπορεί να υπάρχει και η πρόβλεψη για μελλοντική δυνατότητα επέκτασης της χορηγικής συνεργασίας με τη σύμφωνη γνώμη των συμβαλλόμενων μερών συντομεύοντας με αυτό τον τρόπο τη γραφειοκρατία των νομικών διαδικασιών.

γ) Το χορηγικό ποσό :

Η χορηγική συμφωνία καθορίζει για την περίπτωση του χορηγικού ποσού τα εξής βασικά σημεία :

- Το ποσό, σε χρήμα ή σε είδος/υπηρεσία, που θα καταβάλλει ο χορηγός στο χορηγούμενο.
- Τον τρόπο καταβολής του χορηγικού ποσού : εφάπαξ ή σε μορφή δόσεων.
- Το χρονικό διάστημα μέσα στο οποίο ο χορηγός θα καταβάλλει το χορηγικό ποσό που έχει συμφωνηθεί από κοινού με το χορηγούμενο.
- Τη δυνατότητα έκτακτων καταβολών του χορηγού προς τον χορηγούμενο για την κάλυψη απρόοπτων αναγκών που μπορεί να εμφανιστούν.

δ) Οι υποχρεώσεις του χορηγού :

Οι υποχρεώσεις του χορηγού ή των χορηγών είναι κυρίως :

- Να καταβάλλει ακριβώς το χορηγικό ποσό, σε χρήμα ή σε είδος ή να παρέχει τις χορηγικές του υπηρεσίες προς το χορηγούμενο μέσα στο χρονικό διάστημα που έχει συμφωνηθεί.
- Να μην προβεί σε υπέρμετρη εμπορική εκμετάλλευση των ονομάτων και των λογοτύπων του χορηγούμενου γεγονότος αντίθετα με ότι έχει συμφωνηθεί.
- Να σεβαστεί τους εσωτερικούς κανονισμούς του χορηγούμενου φορέα κατά τη διάρκεια της συνεργασίας τους.

ε) Οι υποχρεώσεις του χορηγούμενου :

Οι υποχρεώσεις του χορηγούμενου είναι κυρίως :

- Να φροντίσει για την υλοποίηση του έργου του (πρόγραμμα, εκδήλωση) μέσα στα χρονικά όρια της συμφωνίας. Σε αντίθετη περίπτωση χρειάζεται να αποζημιώσει το χορηγό για τη δυσφήμιση που τυχόν θα του προκαλέσει.
- Να προβάλλει το χορηγό ή τους χορηγούς μέσα από το υλικό δημοσιότητας (δελτία τύπου, συνεντεύξεις, κ.α.) και το έντυπο χορηγικό υλικό (προσκλήσεις, εισιτήρια, αφίσες, κατάλογοι, λευκώματα, πανώ, κ.α.) όπως έχει συμφωνηθεί εξ αρχής.
- Να μην προβεί σε υπέρμετρη εμπορική εκμετάλλευση των ονομάτων και των λογοτύπων του χορηγού για λογαριασμό του ή για λογαριασμό τρίτου σε αντίθεση με ότι έχει συμφωνηθεί.
- Να σεβαστεί τους εσωτερικούς κανονισμούς του χορηγού κατά τη διάρκεια της συνεργασίας τους.

3. Βασικές αρχές της χορηγικής δεοντολογίας

Για την επιτυχία της συνεργασίας μεταξύ χορηγών και χορηγούμενων είναι πολύ σημαντικό οι σχέσεις και τα όρια των σχέσεων αυτών των συμβαλλομένων να διέπονται από κάποιους ηθικούς κανόνες που θα βοηθούν τόσο στην αυτορύθμιση όσο και στην επίλυση, τόσο σε επίπεδο δικαστηρίων όσο και σε επίπεδο επιδιαιτησίας, τυχόν διαφορών που θα προκύψουν στην πορεία της υλοποίησης αυτής της συνεργασίας. Προς την κατεύθυνση αυτή λειτουργούν και οι δεοντολογικές αρχές του νέου “ενοποιημένου κώδικα Διαφήμισης και Πρακτικής Επικοινωνιακού Μάρκετινγκ” (2011) του Διεθνούς Εμπορικού Επιμελητηρίου (Advertising and Marketing

Communication Practice Consolidated ICC Code) για τη χορηγία (Sponsorship).

Λαμβάνοντας υπόψη τις δεοντολογικές αρχές του νέου “ενοποιημένου κώδικα Διαφήμισης και Πρακτικής Επικοινωνιακού Μάρκετινγκ” (2011) του Διεθνούς Εμπορικού Επιμελητηρίου (Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code), οι βασικές δεοντολογικές αρχές που καθορίζουν την εύρυθμη πορεία μιας χορηγικής συνεργασίας είναι ότι :

1. Η χορηγία πρέπει να αναγνωρίζεται σαφώς στις συμβατικές υποχρεώσεις μεταξύ χορηγού ή χορηγών και χορηγούμενου ή χορηγουμένων.
2. Οι όροι των χορηγικών συμβάσεων και συμφωνητικών χρειάζεται να είναι νόμιμοι, σαφείς και ειλικρινείς και να βασίζονται κυρίως στην καλή πίστη και την αμοιβαία εμπιστοσύνη μεταξύ χορηγών και χορηγουμένων. Επίσης, πρέπει να εφαρμόζεται και η αρχή της διαφάνειας. Οι υποχρεώσεις και τα δικαιώματα των συμβαλλομένων (χορηγών και χορηγουμένων) χρειάζεται να αποτυπώνονται με σαφήνεια και ακρίβεια χωρίς να αφήνονται περιθώρια οποιασδήποτε μελλοντικής αμφισβήτησης.
3. Στη σύμβαση χορηγίας χρειάζεται να αναφέρεται σαφώς, λεπτομερώς και κατηγορικώς είτε η συγκεκριμένη δραστηριότητα (πολιτιστική, κοινωνική) που αναλαμβάνει να ενισχύσει ο χορηγός (ή οι χορηγοί) ή οι συγκεκριμένοι σκοποί του χορηγούμενου (αποδέκτη της χορηγίας) που αναλαμβάνει να ενισχύσει ο χορηγός (ή οι χορηγοί).

4. Στην περίπτωση της πολλαπλής χορηγίας (ή συγχορηγίας), ο χορηγούμενος χρειάζεται προτού συνεργασθεί με έναν νέο χορηγό να έχει εξασφαλίσει και τη συναίνεση των ήδη υπαρχόντων χορηγών γιατί αλλιώς μπορεί μία σύγκρουση συμφερόντων να μεταφερθεί μέσα στο πλαίσιο της χορηγικής συνεργασίας.
5. Στην περίπτωση της πολλαπλής χορηγίας (ή συγχορηγίας), χρειάζεται να εξασφαλίζεται η ισονομία όλων των συμβαλλομένων χορηγών ανεξάρτητα από την συμβολή του καθενός, μικρή ή μεγάλη. Στο πλαίσιο της πολλαπλής χορηγίας (ή συγχορηγίας), χρειάζεται οι χορηγικές συμβάσεις να διευκρινίζουν τα συγκεκριμένα δικαιώματα, τα συγκεκριμένα όρια και τις υποχρεώσεις του κάθε χορηγού.
6. Στα πλαίσια της χορηγίας, ο χορηγός δικαιούται να προβάλλεται μέσα από το χορηγικό γεγονός καθώς και να έχει οφέλη και πλεονεκτήματα από αυτό στο μέτρο του εφικτού.
7. Στα πλαίσια της χορηγίας, ο χορηγός δεν μπορεί με ενέργειές του να προκαλεί ζημιά στη φήμη και στο κύρος του χορηγούμενου φορέα. Απ' την άλλη μεριά στο πλαίσιο μίας χορηγικής συνεργασίας, ο χορηγούμενος δεν μπορεί με ενέργειές του να σκιάζει και να διαστρεβλώνει την φήμη και την εικόνα του χορηγού.
8. Στα πλαίσια κάθε χορηγίας, ο χορηγός χρειάζεται να σέβεται το δικαίωμα αυτονομίας και αυτοδιάθεσης κάθε χορηγούμενου όσον αφορά στο χειρισμό της πνευματικής του περιουσίας και των δραστηριοτήτων του. Ειδικότερα, ο χορηγούμενος έχει αναφαίρετο δικαίωμα να αξιώνει και να απαιτεί από το χορηγό

- να μην επεμβαίνει και να αναμειγνύεται στην υλοποίηση και επιμέλεια του χορηγούμενου έργου (πολιτιστικού ή κοινωνικού). Ένας χορηγός έλκεται από ένα χορηγούμενο φορέα κυρίως επειδή εκτιμά το έργο του (πολιτιστικό ή κοινωνικό) και η όποια υπέρμετρη επέμβασή του μπορεί να αλλοιώσει το τελικό ποιοτικό αποτέλεσμα και να έχει τυχόν αρνητική επίδραση στη εικόνα και τη φήμη του ίδιου του χορηγού.
9. Ο χορηγός πρέπει να αποφεύγει την υπέρμετρη εμπορική εκμετάλλευση του ονόματος και του λογοτύπου του χορηγούμενου πέρα των συμφωνηθέντων και των ορίων της ευπρέπειας, γιατί υπάρχει κίνδυνος να του προκαλέσει δυσφήμιση. Επίσης, και ο χορηγούμενος πρέπει να αποφεύγει την υπέρμετρη εμπορική εκμετάλλευση του ονόματος, του λογοτύπου και των εμπορικών σημάτων του χορηγού πέρα των συμφωνηθέντων και των ορίων της ευπρέπειας, γιατί υπάρχει κίνδυνος να του προκαλέσει δυσφήμιση.
 10. Ο Χορηγός δεν μπορεί με τις ενέργειές του να θέτει σε κίνδυνο την ασφάλεια και την ακεραιότητα αντικειμένων πολιτιστικής και ιστορικής αξίας που βρίσκονται στη συλλογή του χορηγούμενου ή στον (ή στους) προς έκθεση χώρο (ή χώρους) του χορηγούμενου.
 11. Το κοινό έχει δικαίωμα να ενημερώνεται σαφώς και πλήρως για την ύπαρξη κάθε χορηγίας καθώς και για τις λεπτομέρειες αυτής με σεβασμό στο γεγονός, τους συντελεστές αυτού και το χορηγό.
 12. Ο Χορηγός δεν μπορεί, στα πλαίσια της χορηγίας όπου συμμετέχει είτε ως αποκλειστικός χορηγός είτε ως συγχορηγός,

να προβαίνει σε ενέργειες (διαφημιστικές, προωθητικές κ.ά.) που προσβάλλουν την δημόσια αιδώ και τα χρηστά ήθη.

13. Ο Χορηγός και ο Χορηγούμενος είναι χρήσιμο να αποφεύγουν την απομίμηση γνωρισμάτων άλλων χορηγιών, όπου θεωρούνται επιτυχημένες, διότι αυτό έχει τον κίνδυνο να οδηγήσει σε παραπλάνηση ή σύγχυση στο κοινό επιφέροντας αρνητικά αποτελέσματα για την τελική αποτίμηση της χορηγίας.

4. Προτεινόμενη Βιβλιογραφία Ενότητας 6

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Ζούνης, Πέτρος, Η πολιτιστική χορηγία ως μέσο επικοινωνίας, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΣ, 2001.
- Κουτούπης, Θαλής Π., Πρακτικός Οδηγός Χορηγίας για Χορηγούς και Αποδέκτες Χορηγιών, Αθήνα, Εκδόσεις ΣΑΚΚΟΥΛΑ, 2005.
- Σινανιώτη-Μαρούδη, Αριστέα, Σύμβαση χορηγίας (Sponsoring), Αθήνα, Εκδόσεις ΣΑΚΚΟΥΛΑ, Β' Έκδοση, 2002.

Ξένη Βιβλιογραφία

- Englund, Randall L., and Alfonso Bucero, Project Sponsorship, San Francisco, John Wiley & Sons Inc., 2006.
- Fishel, david, The Arts Sponsorship handbook, London, Directory of Social Change, 1993.

- Grey, Anne-Marie, and Kim Skildum-Reid, *The Sponsorship Seeker's Toolkit*, Sydney, The McGraw-Hill Company Australia Pty Limited, 1999.
- International Chamber of Commerce (ICC) (2011), *Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code*, Document 240-46/660, Paris, ICC.