

ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ



ΟΔΗΓΟΣ ΚΑΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΟΡΘΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΑΠΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ





ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ) είναι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που οργανώνονται σε τοπικό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο για την εξυπηρέτηση κοινωνικών, ανθρωπιστικών, περιβαλλοντικών και άλλων κοινωφελών σκοπών. Ως μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, οι ΜΚΟ βασίζονται σε διάφορες πηγές χρηματοδότησης, μεταξύ των οποίων και η χρηματοδότηση από επιχειρήσεις κερδοσκοπικού χαρακτήρα του ιδιωτικού τομέα.

ΤΡΟΠΟΙ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΩΝ ΜΚΟ ΑΠΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η οργανωμένη στήριξη των ΜΚΟ από τις επιχειρήσεις υλοποιείται συνήθως με δύο τρόπους - μέσω χορηγιών ή μέσω συνεισφοράς που συνδέεται με την πώληση προϊόντων (cause related marketing ή cause marketing). Τυχόν εισφορές που γίνονται από τις επιχειρήσεις σε ad hoc βάση (π.χ. χριστουγεννιάτικες εισφορές αντί καρτών κ.λπ.), δεν παρέχουν αυτόματα το δικαίωμα στην επιχείρηση να προβάλει την εισφορά κάνοντας χρήση του ονόματος ή άλλου διακριτικού γνωρίσματος της ΜΚΟ σε διαφημιστικό υλικό ή/και σε περιεχόμενο/δελτίο τύπου για τα ΜΜΕ ή τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, χωρίς τη ρητή έγκριση της τελευταίας.

ΧΟΡΗΓΙΑ

- Η επιχείρηση (χορηγός) ενισχύει τη ΜΚΟ (αποδέκτης της χορηγίας) με χρήματα ή/και με προϊόντα ή/και με υπηρεσίες ή/και με την ενεργή εμπλοκή των εργαζομένων της για την υλοποίηση δράσεων προς όφελος της ΜΚΟ. Στη σχετική σύμβαση καθορίζονται οι υποχρεώσεις και τα δικαιώματα του χορηγού και της ΜΚΟ.
- Συνήθως, ο χορηγός έχει το δικαίωμα να προβάλει τη χορηγία με συγκεκριμένο τίτλο (π.χ. Μέγας Χορηγός, Υποστηρικτής κ.λπ.) για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, ενώ παράλληλα καθορίζονται ανταποδοτικά οφέλη τα οποία λαμβάνει από τη ΜΚΟ (π.χ. προβολή του λογοτύπου της επιχείρησης σε διαφημίσεις της ΜΚΟ, παραχώρηση προσκλήσεων για εκδηλώσεις της ΜΚΟ κ.ά.).
- Κάθε χορηγία βασίζεται στις αμοιβαίες συμβατικές δεσμεύσεις που συνδέουν την επιχείρηση-χορηγό και τη ΜΚΟ. Οι δύο πλευρές έχουν την ευθύνη να καθορίσουν με σαφήνεια τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματά τους και να περιγράψουν με ακρίβεια τη «χορηγούμενη οντότητα», είτε αυτή είναι εκδήλωση, είτε δραστηριότητα, οργανισμός κ.λπ. Επιπλέον, σε περίπτωση που τίθεται θέμα διανομής εσόδων από την υλοποίηση μιας χορηγούμενης δράσης, προτείνεται να έχει εκ των προτέρων συμφωνηθεί πού και πώς θα επενδυθούν τα έσοδα, καθώς και ο τρόπος ανακοίνωσης των πιο πάνω.
- Οι χορηγίες πρέπει να υλοποιούνται με ευαισθησία και προσοχή, ώστε να διασφαλίζεται ότι το έργο, η φήμη ή/και τα σήματα - τόσο της ΜΚΟ όσο και της επιχείρησης χορηγού - δεν επηρεάζονται αρνητικά.
- Όπου μια δραστηριότητα ή εκδήλωση απαιτεί ή επιτρέπει πολλούς χορηγούς, οι επιμέρους συμβάσεις και συμφωνίες θα πρέπει να ορίζουν με σαφήνεια τα αντίστοιχα δικαιώματα, όρια και υποχρεώσεις κάθε χορηγού, συμπεριλαμβανομένων των λεπτομερειών οποιασδήποτε αποκλειστικότητας. Η ΜΚΟ θα πρέπει να ενημερώσει οποιοδήποτε πιθανό χορηγό για όλους όσοι ήδη συμμετέχουν στη χορηγία.
- Για λόγους διαφάνειας, προτείνεται οι ΜΚΟ να ανακοινώνουν, σε ετήσια βάση, στα μέλη τους ή/και στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο τις ενισχύσεις και χρηματοδοτήσεις τους από ιδιωτικές επιχειρήσεις και τα ποσά αυτών.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΧΟΡΗΓΙΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ

- A.1 Κάθε χορηγία οφείλει να προσδιορίζεται και να είναι αναγνωρίσιμη ως τέτοια από τους πολίτες και να γνωστοποιείται στο κοινό από την έναρξη της συμφωνίας. Το κοινό θα πρέπει να ενημερώνεται ξεκάθαρα για την ύπαρξη χορηγίας σε σχέση με την ίδια τη ΜΚΟ, ένα συγκεκριμένο γεγονός, δραστηριότητα, πρόγραμμα κ.λπ.
- A.2 Τυχόν μηνύματα της επιχείρησης-χορηγού οφείλουν να σέβονται, μεταξύ άλλων, τις ευαισθησίες ή/και περιορισμούς επαγγελματικής δεοντολογίας της ΜΚΟ.
- A.3 Δεν υπάρχει υποχρέωση αναφοράς προς τον πολίτη της συγκεκριμένης οικονομικής συνεισφοράς της επιχείρησης-χορηγού, εκτός αν αυτό αποτελεί επιθυμία χορηγού και ΜΚΟ.

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ CAUSE-RELATED MARKETING (ή CAUSE MARKETING):

- Μια επιχείρηση προωθεί προϊόντα ή υπηρεσίες στους καταναλωτές επισημαίνοντας ότι μέρος των εσόδων, εκφρασμένο ως:
 - α) συγκεκριμένο ποσό (π.χ. €25.000), ή
 - β) απόλυτος αριθμός επί των πωλήσεων (π.χ. 5 σεντ από την πώληση κάθε τεμαχίου προϊόντος), ή
 - γ) ποσοστό επί των πωλήσεων (π.χ. 2% επί των καθαρών εσόδων) από την πώληση προϊόντος/προϊόντων/υπηρεσιών,θα παραχωρηθούν σε συγκεκριμένη/ες ΜΚΟ για τους σκοπούς της/τους.
- Καθορίζεται η χρονική διάρκεια της προσφοράς (π.χ. από 1η Οκτωβρίου 2022 μέχρι και την 31η Δεκεμβρίου 2022). Σε περίπτωση που η συνεργασία μεταξύ επιχείρησης και ΜΚΟ είναι μακροχρόνια και ο πολίτης/καταναλωτής ενημερώνεται ότι π.χ. Χ% από την πώληση κάθε τεμαχίου προϊόντος δίνεται στη ΜΚΟ χωρίς να προσδιορίζεται συγκεκριμένη χρονική διάρκεια, δημιουργώντας έτσι στους πολίτες μια εντύπωση διαρκείας για τη σύνδεση της επιχείρησης με τη ΜΚΟ, τότε η επιχείρηση οφείλει να συνεχίσει την ανταποδοτική προσφορά της προς τη ΜΚΟ για τουλάχιστον 3 μήνες μετά τη λήξη της προβολής/δημοσίευσης της διαφήμισης.
- Οι αμοιβαίες δεσμεύσεις και τα οφέλη από τη συνεργασία των δύο πλευρών είναι σκόπιμο να καταγραφούν σε μια σύμβαση. Η έγγραφη αποτύπωση διασφαλίζει και τις δύο πλευρές και συγκεκριμενοποιεί δεσμεύσεις και υποχρεώσεις.
- Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες η οικονομική συνεισφορά μιας επιχείρησης καθορίζεται ως απόλυτος αριθμός ή ως ποσοστό επί των πωλήσεων, είναι σκόπιμο στη σύμβαση μεταξύ επιχείρησης και ΜΚΟ να καταγράφονται τα εξής:
 - α) Το ελάχιστο ποσό εισφοράς προς τη ΜΚΟ.
 - β) Τυχόν μέγιστο ποσό εισφοράς, αν υπάρχει σχετική συμφωνία.
 - γ) Για σκοπούς διαφάνειας, συνιστάται η πιστοποίηση των πωλήσεων και των αποδιδόμενων ποσών από ανεξάρτητο τρίτο φορέα, π.χ. από ελεγκτική εταιρεία, νομικό σύμβουλο κ.λπ.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ CAUSE RELATED MARKETING ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ

B.1 Η γνωστοποίηση προς το κοινό οφείλει να περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο θα γίνει η εισφορά προς τη ΜΚΟ, τη χρονική διάρκεια που έχει η ενέργεια (αν αυτή προσδιορίζεται) και το μέγιστο ποσό συνεισφοράς προς τη ΜΚΟ (όπου αυτό προσδιορίζεται συμβατικά). Αν δεν έχει προσδιοριστεί μέγιστο ποσό συνεισφοράς, η επιχείρηση οφείλει, σε περίπτωση σχετικής καταγγελίας στον Φορέα Ελέγχου Διαφήμισης, να είναι σε θέση να αποδείξει ότι έχει καταβάλει στη ΜΚΟ ποσό που αντιστοιχεί στο οφειλόμενο, βάσει των πωλήσεών της.

Παρακάτω αναφέρονται παραδείγματα που καλύπτουν και τις τρεις παραπάνω περιπτώσεις:

- α)** «€25.000 από την πώληση του προϊόντος/των προϊόντων Α, Β, Γ κ.λπ. από 10.11. μέχρι 30.11.2022 θα δοθούν στη ΜΚΟ».
 - β)** «5 σεντ από την πώληση του προϊόντος/των προϊόντων Α, Β, Γ κ.λπ. από 10.11. μέχρι 30.11.2022 θα δοθούν στη ΜΚΟ, μέχρι του ποσού των €25.000» (αν στη σύμβαση μεταξύ των δύο πλευρών έχει καθοριστεί μέγιστο ποσό συνεισφοράς).
 - γ)** «2% επί των καθαρών εσόδων από την πώληση του προϊόντος/των προϊόντων Α, Β, Γ κ.λπ. από 10.11. μέχρι 30.11.2022 / επί των εσόδων από π.χ. τα εισιτήρια μιας εκδήλωσης, θα δοθούν στη ΜΚΟ, μέχρι του ποσού των €25.000 ευρώ» (αν στη σύμβαση μεταξύ των δύο πλευρών έχει καθοριστεί μέγιστο ποσό συνεισφοράς).
- B.2** Η φράση «Μέρος των εσόδων από την πώληση του προϊόντος/των προϊόντων Α, Β, Γ κ.λπ. από 10.11.2022 μέχρι 30.11.2022 θα διατεθεί στη ΜΚΟ», χωρίς περαιτέρω προσδιορισμό, δεν είναι αποδεκτή. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να συμφωνείται μεταξύ των μερών και να γνωστοποιείται εκ των προτέρων στους πολίτες το ελάχιστο ποσό συνεισφοράς. Π.χ. «Μέρος των εσόδων από την πώληση του προϊόντος/των προϊόντων Α, Β, Γ κ.λπ. από 10.11. μέχρι 30.11.2022 θα διατεθεί στη ΜΚΟ. Ελάχιστο ποσό συνεισφοράς: €15.000».
- B.3** Οι πιο πάνω πληροφορίες θα πρέπει να δηλώνονται στο σημείο/στα σημεία όπου ζητείται η συνεισφορά/αγορά από τον πολίτη/καταναλωτή. Σε περίπτωση που για πρακτικούς λόγους αυτό δεν είναι εφικτό (π.χ. περιορισμένος χώρος στη συσκευασία του προϊόντος), θα πρέπει στο σημείο/στα σημεία όπου ζητείται η συνεισφορά/αγορά από τον πολίτη/καταναλωτή να υπάρχει σαφής και ευκρινής παραπομπή σε αυτές, π.χ. στην ιστοσελίδα της επιχείρησης ή/και της ΜΚΟ.
- B.4** Σε περίπτωση τηλεοπτικής ή ραδιοφωνικής διαφήμισης, πρέπει να συμπεριλαμβάνεται η πλήρης πληροφόρηση (βλ. παραγράφους Β.1 και Β.2).
- B.5** Συστήνεται επίσης – όπου αυτό έχει συμφωνηθεί εκ των προτέρων – να ενημερωθούν οι πολίτες για τον τρόπο με τον οποίο θα επενδυθούν τα χρήματα που θα δοθούν στη ΜΚΟ (π.χ. για δημιουργία δωματίων στέγασης των ασθενών).
- B.6** Για λόγους διαφάνειας, συστήνεται να γνωστοποιείται το τελικό ποσό που δόθηκε στη ΜΚΟ από την επιχείρηση, σε εύλογο χρονικό διάστημα μετά την ολοκλήρωση της ενέργειας. Η σχετική ενημέρωση θα αναρτάται στην ιστοσελίδα του Φορέα Ελέγχου Διαφήμισης (ΦΕΔ) για ενημέρωση των πολιτών.

Το Γραφείο του Επιτρόπου του Πολίτη δημιουργήθηκε το 2021 με βασικούς σκοπούς την ενίσχυση της συμμετοχικής διακυβέρνησης, της συμμετοχής των πολιτών στη διαμόρφωση δημόσιων πολιτικών, αλλά και της λογοδοσίας των θεσμών προς τους πολίτες. Στους Όρους Εντολής του Γραφείου περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η στήριξη του έργου και ουσιαστική ενδυνάμωση του ρόλου των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (ΜΚΟ), καθώς και η εποπτεία και διαχείριση των υποδομών για υποστήριξη του έργου των ΜΚΟ. Απώτερα ζητούμενα η καλλιέργεια κουλτούρας ενεργού πολιτότητας και η ενδυνάμωση της κοινωνίας των πολιτών.
www.citizenscommissioner.gov.cy

Ο Φορέας Ελέγχου Διαφήμισης είναι ιδιωτική μη κερδοσκοπική εταιρεία. Δημιουργήθηκε το 2011 από τον Σύνδεσμο Διαφήμισης Επικοινωνίας Κύπρου, τον Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Κύπρου και πληθώρα ΜΜΕ. Ο ΦΕΔ εξετάζει παράπονα που υποβάλλουν καταναλωτές ή επιχειρήσεις για το περιεχόμενο των διαφημίσεων, διασφαλίζοντας ότι συμμορφώνονται με τον Κυπριακό Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας, ο οποίος βασίζεται σε αντίστοιχο κώδικα του Διεθνούς Εμπορικού Επιμελητηρίου. Επίσης, γνωμοδοτεί συμβουλευτικά πριν από τη δημοσίευση διαφημίσεων. Είναι μέλος της European Advertising Standards Alliance (EASA), όπου συμμετέχουν σήμερα 28 φορείς αυτοδέσμευσης, 22 εκ των οποίων δραστηριοποιούνται σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
www.fed.org.cy

Το Παγκύπριο Συντονιστικό Συμβούλιο Εθελοντισμού (ΠΣΣΕ) λειτουργεί από το 1973 και αποτελεί τη συνέχεια του Παγκύπριου Συμβουλίου Ευημερίας. Ως Ανώτατο Συντονιστικό Σώμα έχει ευθύνη για τον συντονισμό και την υποστήριξη των εθελοντικών οργανώσεων /ΜΚΟ, την προαγωγή του εθελοντισμού, τη χάραξη πολιτικής στον τομέα του εθελοντισμού και για υπεύθυνη συνεργασία με τις αρμόδιες υπηρεσίες της Κυπριακής Δημοκρατίας στην εφαρμογή των πολιτικών του κράτους, σε τομείς της αρμοδιότητάς του.

Νομικό πλαίσιο: Ο Περί Παγκυπρίου Συντονιστικού Συμβουλίου Εθελοντισμού Νόμος 61(Ι)/2006, με τον οποίο καταργήθηκε ο Περί Παγκυπρίου Συμβουλίου Ευημερίας Νόμος (152/89).
Οργανώσεις μέλη: Επαρχιακά Συντονιστικά Συμβούλια Εθελοντισμού, Εθελοντικές Οργανώσεις, Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί, Συμβούλια/Επιτροπές Κοινοτικού Εθελοντισμού.
www.volunteerism-cc.org.cy

Στοιχεία επικοινωνίας ΦΕΔ

Τηλ: 99 198 954

Email: info@fed.org.cy

