

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΣΧΟΛΗ Ν.Ο.Π.Ε.
ΤΜΗΜΑ ΝΟΜΙΚΗΣ

ΤΟΜΕΑΣ Α΄ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΣΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΕΤΟΣ: 2005-2006

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
του Ευάγγελου Μανόλη Αλεξανδράκη
ΑΜ 629 ΠΜΣ

ΣΥΜΒΑΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ
SPONSORING

Επιβλέποντες

Ελισάβετ Πούλου
Κωνσταντίνος Χριστοδούλου

Αθήνα, Μάιος 2007

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή	1
Επισκόπηση της ύλης	4
<u>A. Η σύμβαση sponsoring γενικά</u>	5
1. βασική δομή	5
2. ιστορική αναδρομή	6
3. ορολογικές διευκρινήσεις	8
4. οικονομική λειτουργία- σύγκριση με διαφήμιση	10
5. σύγκριση με συγγενείς έννοιες	15
6. νομικό πλαίσιο	21
7. οι υποχρεώσεις των μερών ειδικότερα	24
8. τύπος	28
9. μορφές και διακρίσεις του sponsoring	29
10. σύμβαση sponsoring και ιδιωτικό διεθνές δίκαιο	31
<u>B. Νομική φύση της σύμβασης sponsoring</u>	34
1. ένταξη στα επιμέρους είδη συμβάσεων	34
2. σύμβαση διαρκής, αμφοτεροβαρής, επαχθής	35
3. μεικτή σύμβαση;	37
4. υπάλληλες συμβάσεις, σύμβαση πλαίσιο	40
5. σύμβαση πρακτορείας sponsoring	43
<i>G. Ρήτρες κατά τη σύμβαση sponsoring</i>	44
1. γενικά για τις ρήτρες	44

α. ρήτρα αποκλειστικότητας	44
β. ρήτρα ευπρεπούς συμπεριφοράς	45
γ. ρήτρα μη ανταγωνισμού	46
δ. ρήτρα δοσιδικίας και προσδιορισμού του εφαρμοστέου δικαίου	46
2. νομιμότητα ρητρών- εφαρμογή του αρ. 2 ν.2251/1994	47

<u>Δ. Λύση- ανώμαλη εξέλιξη</u>	49
1. Λύση- λόγοι λύσης	49
α. παρέλευση χρονικής διάρκειας της σύμβασης	49
β. θάνατος του δέκτη, θέση σε εκκαθάριση της εταιρείας sponsoring	49
γ. απρόοπτη μεταβολή των συνθηκών	50
δ. άλλοι λόγοι λύσης	53
ε. καταγγελία	53
στ. λήξη και εκτελεστικές συμβάσεις	58
2. Ανώμαλη εξέλιξη	59
α. προσυμβατική ευθύνη	59
β. ευθύνη κατά τα άρθρα ΑΚ 380επ.	60
β.1. αδυναμία παροχής	61
β.2. υπερημερία οφειλέτη	63
β.3. πλημμελής εκπλήρωση	64
β.4. υπερημερία δανειστή	64
γ. ακυρότητα της σύμβασης sponsoring	65
δ. ακυρωσία της σύμβασης sponsoring	65

ε. ευθύνη για πραγματικά ελαττώματα	67
στ. συρροή ενδοσυμβατικής και αδικοπρακτικής ευθύνης	68
ζ. ποινική ρήτρα	68

E. Το αθλητικό sponsoring ειδικότερα **70**

1. γενικά	70
2. είδη αθλητικού sponsoring	71
α. sponsoring αθλητών ατομικών αθλημάτων	71
β. sponsoring αθλητικών ομάδων	72
γ. sponsoring αθλητικών εκδηλώσεων	78
3. περιορισμοί του αθλητικού sponsoring	79
α. νομοθετικοί περιορισμοί και απαγορεύσεις	80
β. περιορισμοί από το καταστατικό	81
4. ήττες- τραυματισμοί αθλητή	81
5. αθλητικό sponsoring και δίκαιο ανταγωνισμού	83
α. αθέμιτη- παραπλανητική διαφήμιση	83
β. ambush marketing	85

ΣΤ. Sponsoring και παραβίαση της νομοθεσίας περί doping	89
1. γενικά	89
2. το doping- ιστορικά στοιχεία	90
3. νομικό πλαίσιο	93
3.1 διεθνής νομοθεσία	93
3.2 εθνική νομοθεσία	94
4. συνέπειες της παραβίασης της νομοθεσίας περί doping από το δέκτη- αθλητή	95

4.1 γενικά	95
4.2 δυνατότητες σπόνσορα	96
α. δικαίωμα έκτακτης καταγγελίας	96
β. επιγενόμενη αδυναμία παροχής	98
4.3 ειδικότερες περιπτώσεις	99
α. γενικά	99
β. έλλειψη υπαιτιότητας στο πρόσωπο του δέκτη- αθλητή	99
γ. κρούσματα doping σε ομαδικά αθλήματα	102
δ. doping μετά από παρότρυνση του σπόνσορα	104
ε. παλαιότερη σύμβαση και νέα ρύθμιση για το doping	105
Z. Ολυμπιακοί Αγώνες και sponsoring	106
1. γενικά	106
2. σύμβαση φιλοξενούσας πόλης (host city contract)	107
3. οικονομικό περιεχόμενο της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης	110
4. συμβάσεις χορηγίας	111
4.1. εθνικοί χορηγοί- διαδικασία επιλογής	113
4.2. διεθνείς χορηγοί	116
5. Παρατηρήσεις	116
Επίλογος- τελικά συμπεράσματα	117
Βιβλιογραφία- αρθρογραφία	119

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερο όταν παρακολουθούμε ένα πρόγραμμα στην τηλεόραση, ακούμε << το πρόγραμμα είναι μία προσφορά της τάδε εταιρείας >>. Άλλες φορές, παρακολουθώντας μία πολιτιστική ή αθλητική διοργάνωση, βλέπουμε πινακίδες με την επωνυμία κάποιων εταιριών. Άλλες φορές πάλι βλέπουμε διάσημους ηθοποιούς, τραγουδιστές ή αθλητές να φορούν σε κάθε τους εμφάνιση ρούχα, κοσμήματα, παπούτσια ή ρολόγια μίας συγκεκριμένης εταιρίας.

Μέσω, δηλαδή, της δημόσιας δραστηριότητας κάποιων ατόμων ή μέσω της προβολής κάποιων διοργανώσεων προβάλλονται άμεσα ή έμμεσα, εμφανώς ή διακριτικά κάποια άλλα άτομα ή κάποιες εταιρίες.

Βρισκόμαστε, λοιπόν, μπροστά σε μία νέα μορφή συναλλαγών που αναπτύχθηκε κυρίως τα τελευταία χρόνια λόγω της αλματώδους ανάπτυξης των μαζικών μέσων ενημέρωσης και κυρίως της τηλεόρασης. Αυτή η νέα μορφή οικονομικής συναλλαγής λέγεται *sponsoring*. Πρόκειται για μία νέα μορφή σύμβασης, η οποία δημιουργεί υποχρεώσεις προς δύο κατευθύνσεις. Συμφωνείται, δηλαδή, από τη μία ότι το ένα μέρος, ο σπόνσορας θα στηρίζει οικονομικά το άλλο μέρος, τον δέκτη του *sponsoring*, ενώ το άλλο μέρος θα ανέχεται την προβολή του σπόνσορα μέσω των δικών του δραστηριοτήτων. Έτσι προκύπτουν οφέλη και για τις δύο αντισυμβαλλόμενες πλευρές. Ο δέκτης αφ' ενός με την οικονομική χρηματοδότηση, επιτυγχάνει πιο εύκολα τους στόχους του και ο χρηματοδότης αφ' ετέρου μέσα από τη διαχείριση των προσφερόμενων οικονομικών πόρων, εξασφαλίζει την προβολή του.

Το *sponsoring*, λοιπόν εισήχθη στην ηπειρωτική Ευρώπη από τους νομικούς και οικονομικούς κύκλους του αγγλοσαξωνικού δικαίου.

Η εμφάνισή του έγινε αρχικά στην αγορά του θεάματος και του πολιτισμού, όπου και εξελίχτηκε σε συστατικό στοιχείο της παραγωγής προϊόντων θεάματος. Σταδιακά, πέρασε και σε άλλης μορφής δραστηριότητες, όπως στην επιστημονική παραγωγή και στις εκδοτικές δραστηριότητες. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τόσο την ανάπτυξη και την προώθηση της έρευνας, λόγω της χρηματοδότησης, σε αυτούς τους τομείς δραστηριότητας, όσο και τη διαφήμιση των σπονσόρων, σε αντάλλαγμα της οικονομικής τους προσφοράς. Έτσι, το sponsoring τοποθετείται πλέον στο επίκεντρο του πολιτικού, οικονομικού, κοινωνικού και επιχειρηματικού ενδιαφέροντος.¹

Το σημαντικότερο πεδίο, όμως, στο οποίο αναπτύσσεται η σύμβαση αυτή είναι κατά πάσα πιθανότητα ο χώρος του αθλητισμού.

Αρκεί να παρακολουθήσουμε έναν αγώνα ποδοσφαίρου ή καλαθοσφαίρισης για να συλλάβουμε την έκταση που έχει στη μέρες μας αυτή η οικονομική συναλλαγή. Γύρω- γύρω από τον αγωνιστικό χώρο υπάρχουν παντού πλακάτ που διαφημίζουν σπόνσορες, οι αθλητές φορούν ενδυμασίες που φέρουν το σήμα ή την επωνυμία εμπορικών επιχειρήσεων. Πολύ συχνά, τελευταία, οι ομάδες προσθέτουν στο όνομά τους την επωνυμία εμπορικών επιχειρήσεων (π.χ. Μπενετόν Τρεβίζο, Στεφανέλ Μιλάνο, Ηράκλειο Air-Greece), ενώ συχνά επικρατεί ο χαρακτηρισμός τους μόνο με την επωνυμία της ομάδας. Επίσης, μετά το τέλος του αγώνα οι αθλητές συχνά το πρώτο πράγμα που κάνουν είναι να ευχαριστήσουν το σπόνσορά τους για τη στήριξη του.

Στο πεδίο των ατομικών αθλημάτων, οι σπόνσορες υπόσχονται υπέρογκα χρηματικά ποσά στους αθλητές σε περίπτωση κατάρριψης εθνικού ή παγκοσμίου ρεκόρ, ενώ ας μην ξεχνάμε και την περίπτωση

¹ Σινανιώτη, σύμβαση χορηγίας, σ.16

της σειράς golden league² στον στίβο, που οι σπόνσορες υπόσχονται να προσφέρουν 50 ράβδους χρυσού στους αθλητές που θα πετύχουν έναν αριθμό νικών στα πλαίσια της σειράς αυτών των αγώνων.

Δεν έλειψαν και ακραία φαινόμενα στο χώρο του αθλητισμού εξ' αιτίας αυτού του νέου συμβατικού τύπου. Για παράδειγμα, η περίπτωση του Ολυμπιονίκη της Ατλάντα στη σκοποβολή Michael Diamond, που δήλωσε ότι είχε την πρόθεση να αλλάξει το όνομά του και να υιοθετήσει το όνομα ενός σπόνσορα με το αντίστοιχο τίμημα καθώς και η περίπτωση της Βελγίδας τενίστριας Κιμ Κλάιστερς, πρώην νούμερο 1 της παγκόσμιας κατάταξης, που αρνήθηκε να συμμετάσχει στους Ολυμπιακούς Αγώνες γιατί θα έπρεπε να φορέσει ρουχισμό άλλο από αυτόν που επέβαλλε ο χορηγός της³. Ακόμα, κατά γενική ομολογία, το 1996 η Ατλάντα κέρδισε τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων κυρίως γιατί εκεί ήταν η έδρα δύο μεγάλων σπόνσορων της διοργάνωσης, της Coca Cola και του CNN. Στους τελευταίους, άλλωστε, Ολυμπιακούς Αγώνες που διοργανώθηκαν στη χώρα μας το 2004 οι απαιτήσεις των χορηγών ήταν ακραίες. Λίγο πριν ξεκινήσουν οι αγώνες, ακουγόταν ότι κανείς θεατής δεν θα μπορούσε να μπει στα στάδια, αν φορούσε ρούχα άλλης εταιρίας από αυτήν του χορηγού των Ο.Α. ή κανείς δεν θα επιτρεπόταν να κάνει χρήση άλλων αναψυκτικών ή άλλων εταιριών νερού. Μπορεί όλα αυτά να μην εφαρμόστηκαν πλήρως, είναι, όμως, γεγονός ότι έξω από τα στάδια υπήρχαν εθελοντές

² Η σειρά διεθνών συναντήσεων στίβου << golden league >> διεξάγεται κάθε καλοκαίρι και αποτελείται από 7 διεθνείς συναντήσεις στίβου, στις οποίες οι αθλητές που θα πετύχουν μία σειρά νικών (πχ. 5 στις 7) θα μοιραστούν 50 ράβδους χρυσού. Τα αγωνίσματα, για τα οποία θα ισχύει ο διαγωνισμός, αλλάζουν από χρόνο σε χρόνο. Πάντα, περιλαμβάνουν, πάντως, ένα αγώνισμα ταχύτητας (100/200/400 μ.), ένα αγώνισμα αλμάτων (μήκος, τριπλούν, επί κοντώ, ύψος), ένα αγώνισμα δρόμων και ένα αγώνισμα ρίψεων (ακόντιο, σφαίρα, σφύρα, δίσκος). Ο απαιτούμενος αριθμός νικών από χρόνο σε χρόνο μεταβάλλεται. Το 2005 πχ. προϋπόθεση για τη συμμετοχή στο έπαθλο ήταν νίκη και στις 7 συναντήσεις της σειράς, με αποτέλεσμα μόνο η Ρωσίδα τριπλούνίστρια Tatiana Lebedeva να πετύχει 7 νίκες σε ισάριθμες συναντήσεις και να πάρει μόνη της το έπαθλο.

³ Παναγιωτόπουλος Δημήτριος, Αθλητικό Δίκαιο, Συστηματική θεμελίωση- Εφαρμογή, Εκδ. Νομική Βιβλιοθήκη, σ.533

που έσκιζαν το περιτύλιγμα από τα μπουκαλάκια νερού των θεατών πριν μπουν στο στάδιο, εφόσον προέρχονταν από διαφορετική εταιρία.

Όλα τα παραπάνω παραδείγματα είναι αρκετά για να μας δείξουν την πολλαπλότητα των νομικών προβλημάτων που ανακύπτουν στα πλαίσια αυτής της σύμβασης. Είναι, όμως, επίσης ενδεικτικά ενός άλλου φαινομένου: της εμπορευματοποίησης του αθλητισμού και του συνακόλουθου θανάτου του αθλητικού ιδεώδους.

Όταν υπάρχουν όλα αυτά τα δεδομένα, πώς οι αθλητές να μην καταφύγουν σε παράνομα μέσα για τη μεγιστοποίηση της αθλητικής τους επίδοσης; Το sponsoring και το doping βρίσκονται σε μία σχέση αιτίου- αιτιατού και ανάμεσα στα άλλα νομικά ζητήματα που θα μας απασχολήσουν στην παρούσα εργασία σχετικά με τη σύμβαση sponsoring, ένα μεγάλο μέρος θα αφιερωθεί στη σχέση του doping με τη σύμβαση sponsoring.

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΥΛΗΣ

Στην παρούσα, λοιπόν, εργασία θα μας απασχολήσει η σύμβαση sponsoring και ιδιαίτερα η σύμβαση αθλητικού sponsoring. Τα προβλήματα που ανακύπτουν στο πλαίσιο αυτής της σύμβασης δεν είναι λίγα. Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας θα ασχοληθούμε με τα γενικά χαρακτηριστικά της σύμβασης sponsoring, δηλαδή με τη δομή της, τις υποχρεώσεις των μερών, την οικονομική λειτουργία της, τη διάκριση από συγγενείς έννοιες και τις διακρίσεις του sponsoring.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα μας απασχολήσει η νομική φύση της σύμβασης sponsoring. Θα εξετάσουμε, ιδίως, την ένταξη της εν λόγω σύμβασης στα επιμέρους είδη συμβάσεων και θα ασχοληθούμε με το αν έχουμε να κάνουμε με μεικτή σύμβαση.

Στη συνέχεια (κεφάλαιο Γ) θα ασχοληθούμε με τις ρήτρες που συναντάμε συνήθως σε συμβάσεις σπόνσορινγκ (είδη, νομιμότητα αυτών) και στο κεφάλαιο Δ με ζητήματα λύσης και ανώμαλης εξέλιξης της σύμβασης. Στο κεφάλαιο Ε θα εξετάσουμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της σύμβασης αθλητικού sponsoring (είδη, ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, ανώμαλη εξέλιξη, περίπτωση τραυματισμών ή ηττών αθλητή). Στο κεφάλαιο Στ θα ασχοληθούμε με το ιδιαίτερα σημαντικό ζήτημα της παραβίασης της νομοθεσίας περί doping στο πλαίσιο αυτής της σύμβασης. Θα εξετάσουμε, δηλαδή, τι δυνατότητες έχει ο σπόνσορας σε περίπτωση που ο δέκτης παραβιάζει τη νομοθεσία περί doping, καθώς και κάποιες ειδικότερες περιπτώσεις που ενδέχεται να ανακύψουν. Τέλος, στο κεφάλαιο Ζ θα μας απασχολήσει το sponsoring κατά τους Ολυμπιακούς Αγώνες και, γενικότερα, το συμβατικό πλαίσιο που τους διέπει.

A. Η ΣΥΜΒΑΣΗ SPONSORING ΓΕΝΙΚΑ

1. βασική δομή

Πριν κάνουμε οποιαδήποτε περαιτέρω εξέταση αυτής της σύμβασης, είναι σκόπιμο να εκθέσουμε τη βασική δομή της σύμβασης, τις βασικές, δηλαδή υποχρεώσεις των μερών. Αυτό που πρέπει να τονίσουμε πριν από όλα είναι ο ανταλλακτικός χαρακτήρας του sponsoring, το *επαχθές*. Με τη σύναψη της σύμβασης δημιουργούνται υποχρεώσεις και προς τις δύο κατευθύνσεις. Πρόκειται, δηλαδή, όπως θα εκθέσουμε αναλυτικότερα και στο οικείο σημείο, για μία **αμφοτεροβαρή σύμβαση**. Έτσι, από τη μία πλευρά, ο σπόνσορας αναλαμβάνει την υποχρέωση για παροχή συγκεκριμένης υποστήριξης για την παραγωγή προϊόντων θεάματος. Έχουμε, δηλαδή ενοχή με την έννοια της διάταξης ΑΚ287, δηλαδή ενός νομικού δεσμού, από τον οποίο πηγάζει ενοχική

υποχρέωση για τον οφειλέτη και ενοχικό δικαίωμα (αξίωση) για το δανειστή.⁴

Από την άλλη πλευρά, ο δέκτης του sponsoring αναλαμβάνει την υποχρέωση να εξασφαλίσει μέσω των δραστηριοτήτων του την προβολή του σπόνσορα. Όπως και πριν, έτσι και εδώ έχουμε δημιουργία ενοχής με την έννοια της ΑΚ287, δηλαδή ενοχική υποχρέωση του δέκτη και αξίωση του σπόνσορα προς εκπλήρωση της παροχής.

Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε το **επαχθές** της σύμβασης, ότι, δηλαδή, ακόμα και από τη μεριά του δέκτη έχουμε ανάληψη νομικής υποχρέωσης και όχι απλά ένα βάρος. Στην τελευταία περίπτωση (που έχουμε ανάληψη απλώς ενός βάρους) έχουμε άλλο νομικό μόρφωμα και όχι σύμβαση sponsoring (βλ. κατωτέρω υπό Α.5).

2. ιστορική αναδρομή

Ο θεσμός του sponsoring έχει άμεση σχέση με το θεσμό της χορηγίας. Η χορηγία στην Αρχαία Ελλάδα ήταν ένας πολύ σημαντικός θεσμός. Ήταν μαζί με τη γυμνασιαρχία, την τριηραρχία και την εστίαση μία από τις τέσσερις λειτουργίες της Αρχαίας Αθήνας. Η χορηγία ήταν υποχρεωτική δια νόμου για τους 120 πιο εύπορους πολίτες από την κάθε μία από τις 10 φυλές της Αρχαίας Αθήνας. Ένα μήνα μετά το τέλος των διονυσιακών εορτών, κάθε φυλή επέλεγε τον δικό της χορηγό για τη Διονύσια ή τα Λήναια του επόμενου έτους. Θεσμοθετήθηκε για πρώτη φορά από τον Κλεισθένη στα τέλη του 6^{ου} π.χ. αιώνα και άνησε στον 5^ο αιώνα. Είχε ως περιεχόμενο την εκ των πλουσιότερων οικογενειών παροχή, καταβολή των δαπανών για την κατάρτιση του χορού και την

⁴ Σταθόπουλος, Γενικό Ενοχικό Δίκαιο, Γ Έκδοση, Εκδ. Σάκκουλα 1998, σ.27επ.

παράσταση δραματικών έργων κατά την εορτή των Διονυσίων. Για παράδειγμα, στα Παναθήναια του 131 μ. Χ., που ήταν οι πιο γνωστοί αγώνες της Αρχαίας Αθήνας, σημαντικότερος χορηγός- αθλοθέτης (χορηγός των επάθλων) ήταν ο Ηρώδης ο Αττικός, ο οποίος ανέλαβε και την κατασκευή του μαρμάρινου σταδίου.⁵

Η χορηγία στην Αρχαία Ελλάδα έχει κάποια κοινά σημεία με τη σύμβαση sponsoring όπως ισχύει σήμερα. Αφ' ενός ο λειτουργικός προσανατολισμός και των δύο θεσμών είναι ο ίδιος, καθώς αποσκοπούν στη στήριξη εκδηλώσεων θεάματος, αφ' ετέρου τόσο στην περίπτωση της χορηγίας όσο και στην περίπτωση του σπόνσορινγκ έχουμε απονομή δημόσιας τιμής με ειδική αναφορά στον χρηματοδότη, δηλαδή **κοινοποίηση** της χορηγίας. Δεν πρέπει να συγχέουμε πάντως το θεσμό της χορηγίας στην Αρχαία Ελλάδα με τον σημερινό συμβατικό τύπο του sponsoring καθώς υπάρχει μία πολύ σημαντική διαφορά. Όπως είδαμε, η χορηγία στην Αρχαία Ελλάδα αποτελούσε υποχρέωση κάποιων πολιτών απέναντι στην Πόλη. Επρόκειτο, δηλαδή, για ένα θεσμό Δημοσίου Δικαίου. Αντίθετα, η σημερινή μορφή του sponsoring ανήκει, φανερά, στο χώρο του ιδιωτικού δικαίου. Αποτελεί αντικείμενο συναλλακτικών σχέσεων, στις οποίες ισχύει η αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων (ΑΚ361). Η αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων έχει τριπλό περιεχόμενο: την ελευθερία σύναψης της σύμβασης, την ελευθερία επιλογής του αντισυμβαλλομένου και την ελευθερία διαμόρφωσης του περιεχομένου της σύμβασης. Όλες αυτές οι εκφάνσεις της ελευθερίας των συμβάσεων ισχύουν κατ' αρχήν στη σύμβαση sponsoring.⁶ Συνεπώς ο θεσμός διαμορφώνεται εντελώς διαφορετικά από το θεσμό της αρχαίας χορηγίας.

⁵ Δημήτρης Παναγιωτόπουλος, Αθλητικό Δίκαιο, Συστηματική θεμελίωση- Εφαρμογή, Εκδ. Νομική Βιβλιοθήκη, 2005, σ.534-535

⁶ Θα δούμε στη συνέχεια ότι σε περίπτωση μη ατομικής διαπραγμάτευσης των όρων της σύμβασης μπορεί να εφαρμοστεί το αρ.2 ν.2251/1994

Ως οργανωμένη οικονομική δραστηριότητα προς ικανοποίηση διαφημιστικών και χρηματοδοτικών επιδιώξεων εμφανίζεται το sponsoring για πρώτη φορά στο δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα. Από τη δεκαετία του 1960, που τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα αρχίζουν να διαδίδονται μαζικά, αρχίζει το sponsoring να απασχολεί τις οικονομικά περισσότερο αναπτυγμένες χώρες. Στην εξέλιξη του θεσμού παρατηρούνται τρεις φάσεις: α) η πρώτη δειλή εμφάνιση του φαινομένου σε ραδιοτηλεοπτικά προγράμματα στη δεκαετία του 1960 β) η εντυπωσιακή διάδοσή του σε αθλητικές εκδηλώσεις στη δεκαετία του 1970 και γ) η επέκταση του sponsoring τη δεκαετία του 1980 σε όλες τις εκφάνσεις της επικοινωνιακής αγοράς και της αγοράς του θεάματος, στην περιοχή της επιστήμης και του πολιτισμού.⁷

3. ορολογιακές διευκρινήσεις

Κατά την κρατούσα άποψη, η σύμβαση sponsoring αποδίδεται στα ελληνικά με τον όρο σύμβαση ανταποδοτικής χορηγίας⁸. Αυτός ο όρος κρίθηκε προτιμητέος, καθώς αφ' ενός τονίζει τον ανταποδοτικό χαρακτήρα της σύμβασης και αφ' ετέρου αποδίδει με ακρίβεια τόσο από ιστορική όσο και άποψη περιεχομένου, τις προθέσεις και τις οικονομικές επιδιώξεις των μερών που συμμετέχουν στη σύμβαση sponsoring.⁹

Αντίθετα, υποστηρίζεται¹⁰, ότι χορηγία και sponsoring πρέπει να διακρίνονται καθώς διαφέρουν ως προς δύο βασικά σημεία: αφ' ενός ως προς το εμπορικό όφελος που προσδοκά ο σπόνσορας και αφ' ετέρου ως προς το επαχθές της σύμβασης sponsoring.

⁷ Απόστολος Χελιδόνης, Ένα νέο χρηματοδοτικό μόρφωμα: Η σύμβαση << Ανταποδοτικής Χορηγίας >>

⁸ Σιναιώτη, Σύμβαση χορηγίας, Χελιδόνης, ο.π. σ.191

⁹ Χελιδόνης, ο.π. σ.191

Σύμφωνα με αυτή την άποψη, η σύμβαση sponsoring πρέπει να αποδίδεται στα ελληνικά ως σύμβαση ανταποδοτικής οικονομικής υποστήριξης.

Σε κάθε περίπτωση, όπως είδαμε και παραπάνω οι διαφορές μεταξύ των δύο θεσμών είναι μεγάλες. Κατά τη γνώμη μου, όμως, ο όρος ανταποδοτική χορηγία μπορεί να αποδώσει το σκοπό και τις σχέσεις στη σύμβαση sponsoring χωρίς παράλληλα να δημιουργεί κίνδυνο σύγχυσης με την αρχαία χορηγία. Το ίδιο δόκιμος είναι και ο όρος << σύμβαση ανταποδοτικής οικονομικής υποστήριξης >>. Το θέμα πάντως ελάχιστη πρακτική σημασία έχει. Αυτό που δεν πρέπει να ξεχνάμε είναι ότι πρόκειται για μία αμφοτεροβαρή, επαχθή σύμβαση που δημιουργεί εκατέρωθεν υποχρεώσεις.

Ως προς την ελληνική διατύπωση μάλλον θα προτιμήσω τον όρο ανταποδοτική χορηγία, χωρίς παράλληλα να αρνούμαι και την απόδοσή του ως ανταποδοτική οικονομική υποστήριξη, καθώς οι διαφορές των θεσμών χορηγίας και sponsoring είναι τόσο έντονες που δεν επιτρέπουν ο δεύτερος θεσμός να δανειστεί το όνομα του πρώτου. Παρ' όλα αυτά ο όρος που έχει επικρατήσει στις συναλλαγές είναι αυτός της χορηγίας. Ενώ πρόκειται προφανώς για σύμβαση σπώσορινκ ακούμε << το πρόγραμμα είναι μία ευγενική χορηγία του τάδε >> ή << επίσημος χορηγός της διοργάνωσης είναι ο τάδε >>. Λάθος χαρακτηρισμός, πάντως δεν βλάπτει (*falsa demonstratio non nocet*). Ο δικαστής, κάνοντας ερμηνεία της δικαιοπραξίας (ΑΚ173, ΑΚ200) θα δει σε τί αποσκοπούσαν πράγματι τα μέρη και το ανάλογο δίκαιο θα εφαρμόσει.

¹⁰ Παναγιωτόπουλος, οπ.π., σ.538-540

4.οικονομική λειτουργία- σύγκριση με διαφήμιση

Όπως είπαμε, ο σπόνσορας αποσκοπεί στην προβολή του μέσω των δραστηριοτήτων του δέκτη. Κάτι τέτοιο, όμως, συμβαίνει και με τη διαφήμιση. Και οι δύο οικονομικοί θεσμοί (sponsoring και διαφήμιση) αποτελούν από οικονομική πλευρά επάλληλα μέσα προβολής.¹¹ Διαφέρουν, όμως, σε κάποια βασικά σημεία. Συνεπώς, πρέπει να ερευνήσουμε σε τι συνίσταται η διαφορά της σύμβασης sponsoring με τη διαφήμιση.

Ας σκεφτούμε το ακόλουθο παράδειγμα: Ένας άνδρας παρακολουθεί αγώνα Champions League. Στο ημίχρονο διακόπτεται η ζωντανή τηλεοπτική μετάδοση και έρχεται η ώρα των διαφημίσεων. Ο άνδρας αλλάζει το κανάλι και παρακολουθεί σε αυτό το διάστημα κάποιο άλλο πρόγραμμα. Είναι προφανές ότι αυτός ο άνδρας απεχθάνεται τις διαφημίσεις. Έτσι, μπορεί, με το απλό πάτημα ενός κουμπιού να απαλλαγεί από το τόσο δυσάρεστο για αυτόν θέαμα. Κατά τη διάρκεια του αγώνα, όμως, θέλοντας και μη θα προσέξει τις μάρκες των ρούχων και των παπουτσιών καθώς και τις διάφορες διαφημίσεις στα πλακάτ γύρω από τον αγωνιστικό χώρο, καθώς και ποιος σπόνσορας διευκολύνει την τηλεοπτική μετάδοση. Ενώ, δηλαδή, τον κοινό τύπο της διαφήμισης ο θεατής μπορεί να τον αποφύγει, στη σύμβαση sponsoring ο θεατής είτε το θέλει είτε όχι θα εκτεθεί στο επικοινωνιακό μήνυμα. Ακόμα, θεωρείται ότι το sponsoring, σε αντιδιαστολή με τη διαφήμιση ικανοποιεί ανάγκες μακροπρόθεσμης προβολής.

Η μεγαλύτερη όμως διαφορά του sponsoring με τη διαφήμιση συνίσταται στο εξής: Το sponsoring είναι **προσωποκεντρικό** ενώ η

¹¹ Sponsoring, διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις και μέσα στήριξης των πωλήσεων συναπαρτίζουν το λεγόμενο << Kommunikations-mix >>, με το οποίο κάθε επιχείρηση δημοσιοποιεί γενικά τη δράση της (Bruhn, Möglichkeiten zur Erweiterung des Werbevolumens durch Sponsoring und Product Placement, Markenartikel, 1988 , σ.224), Χελιδόνης ο.π., σ.573

διαφήμιση πραγματοκεντρική. Ενώ, δηλαδή με τη διαφήμιση προβάλλονται προϊόντα, στο sponsoring προβάλλονται κατά κανόνα πρόσωπα. Το ενδιαφέρον του sponsoring συγκεντρώνεται στην προβολή του προσώπου του χορηγού, με τονισμό των οικονομικών, πολιτικών, κοινωνικών και αθλητικών πεποιθήσεων και αυτό γιατί δεν επιχειρείται ρητή αναφορά σε συγκεκριμένους σκοπούς, εξειδικεύσεις, προϊόντα ή αντικείμενα της επαγγελματικής ή οικονομικής δραστηριότητας ή γενικώς σε πτυχές της γνωστής δημόσιας δράσης του σπόνσορα, ακόμα και αν οι συγκεκριμένες δραστηριότητες αποτελούν τελικώς τα ουσιαστικά κίνητρα της χρηματοδότησης.¹²

Το sponsoring στηρίζεται στο συνειρμό, στην **εκκλητική λειτουργία**. Με άλλα λόγια, ο θεατής, βλέποντας έναν αγώνα ή μία εκδήλωση, θα υποβληθεί θέλοντας και μη στην προβολή του μηνύματος, το μήνυμα προκαλεί το συνειρμό της βασικής επιχειρηματικής δράσης του σπόνσορα και οδηγεί έτσι σε έμμεση εκτίμησή της.

Άλλωστε, η διαφημιστική πολιτική των εταιρειών μέσω του sponsoring στηρίζεται στην ακόλουθη λογική: Ο θεατής που θα δει ότι ο τάδε επιχειρηματίας είναι σπόνσορας μίας ομάδας ή μίας αθλητικής διοργάνωσης θα πιστέψει ότι έχει κοινή ιδεολογία και κοινές πεποιθήσεις με το σπόνσορα και εφ' εξής θα διάκειται ευνοϊκά προς τα προϊόντα του. Το ίδιο συμβαίνει όταν μία επιχείρηση χρηματοδοτεί κοινωνικές εκδηλώσεις για την προστασία του περιβάλλοντος ή των ζώων ή εκστρατείες κατά των ναρκωτικών ή ασθενειών. Δημιουργείται, με αυτόν τον τρόπο στο κοινό η εύλογη πεποίθηση ότι ο εκάστοτε σπόνσορας είναι κοινωνικά ευαισθητοποιημένος και προκαλείται, έτσι, η επιθυμία για ενίσχυση και υποστήριξη του συγκεκριμένου σπόνσορα. Θέμα βέβαια προκύπτει σχετικά με τη νομιμότητα τέτοιων περιπτώσεων. Θεωρώ ότι, υπό προϋποθέσεις, θα μπορούσαν να τύχουν

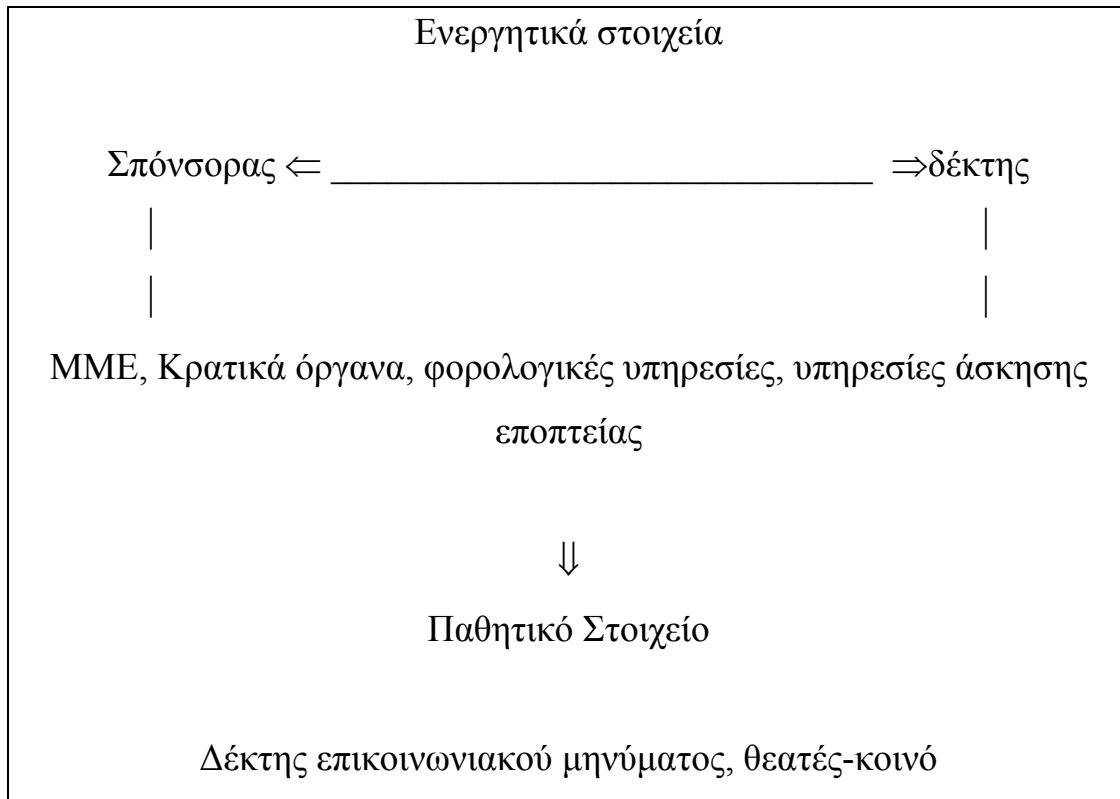
¹² Χελιδόνης, ο.π., σ.574

εφαρμογής σε αυτές τις περιπτώσεις οι διατάξεις των άρθρων ν.146/14, αρ.3 και αρ.9 ν.2251/1994.

Έτσι, λοιπόν, στα κοινωνικά, αγοραστικά ή επιστημονικά στρώματα στα οποία απευθύνεται το μήνυμα, επιδιώκεται η πρόκληση μίας εικόνας υπεροχής, ισχύος, καταξίωσης ή κοινωνικής ευαισθησίας του χορηγού, γεγονός που διευκολύνει την επίτευξη των κύριων επιδιώξεών του. Στη δημιουργία αυτής της εικόνας συμβάλλει και η έκταση και η φαντασμαγορία του sponsoring.

Για να δούμε, τώρα, λίγο πιο συγκεκριμένα τη λειτουργία του sponsoring ως επικοινωνιακή διαδικασία. Ως τώρα, έχουμε δει ότι για τη σύναψη μίας σύμβασης sponsoring απαιτούνται κατ' αρχήν τα δύο αντισυμβαλλόμενα μέρη: ο σπόνσορας και ο δέκτης. Βασική οικονομική επιδίωξη της σύμβασης sponsoring είναι η ικανοποίηση της επικοινωνιακής ανάγκης του σπόνσορα. Το στοιχείο αυτό ανάγεται σε αντικείμενο-γένος της υποχρέωσης παροχής του δέκτη του sponsoring. Η προβολή επιτυγχάνεται με προσωπική συμμετοχή του δέκτη σε δραστηριότητες διαφήμισης. Παρεμβάλλεται, δηλαδή, στην επικοινωνιακή διαδικασία αποφασιστικά η συμπεριφορά και δράση του δέκτη με αντάλλαγμα την οικονομική του υποστήριξη. Εκτός όμως από τον σπόνσορα και τον δέκτη, η επικοινωνιακή διαδικασία απαιτεί και την παρεμβολή ή συμμετοχή και άλλων προσώπων. Έτσι, είναι αναγκαία η παρεμβολή ενός μέσου για να κοινοποιηθεί το μήνυμα στο ευρύ κοινό. Αυτό το ρόλο τον παίζουν συνήθως τα ΜΜΕ και ιδίως η τηλεόραση. Επίσης, η διαδικασία δεν έχει νόημα αν δεν απευθύνεται κάπου. Έτσι, στην επικοινωνιακή διαδικασία είναι αναγκαία και η παθητική συμμετοχή του κοινού.

Τα διάφορα επίπεδα σχέσεων στην επικοινωνιακή διαδικασία μπορούμε να τα κατανοήσουμε καλύτερα με την ακόλουθη γραφική παράσταση¹³:



Στο φαινόμενο, οπότε, διακρίνεται σε ενεργητικό και παθητικό στοιχείο. Στο ενεργητικό στοιχείο έχουμε δύο κατηγορίες προσώπων που παίρνουν μέρος:

- A) τα υποκείμενα της συμβατικής σχέσης (σπώνσορας και δέκτης)
- B) οι εμμέσως ενδιαφερόμενοι, που διευκολύνουν ή επιτρέπουν τη μετάδοση του επικοινωνιακού μηνύματος.

Στο παθητικό στοιχείο ανήκουν οι θεατές, στους οποίους απευθύνεται το επικοινωνιακό μήνυμα.

Έτσι, το sponsoring, ως ένα νέο ιδιόμορφο συμβατικό μόρφωμα, προτιμάται σε σχέση με την απλή διαφήμιση καθώς έχει σημαντικά πλεονεκτήματα και για τα δύο υποκείμενα της συμβατικής σχέσης.

¹³ Bruhn, Sozio- und Umweltsponsoring, σ.15, Χελιδόνης, ο.π., σ.577

Για το δέκτη του sponsoring τα πλεονεκτήματα είναι τα εξής:

- Αποκτά μιας καθοριστικής σημασίας, ιδίως σε περίοδο οικονομικής δυσχέρειας, πηγή χρηματοδότησης και αποφεύγει, έτσι, την καταφυγή σε άλλα πιστοδοτικά μέσα, τα οποία ενδεχομένως θα απαιτούσαν και παροχή εμπραγμάτων ασφαλειών.
- Η παρουσία σπόνσορα συντελεί στην αύξηση της αξιοπιστίας και της πιστοληπτικής ικανότητας του δέκτη.
- Η παρεμβολή των χορηγών μειώνει το κόστος της χρηματοδοτούμενης εκδήλωσης, με αποτέλεσμα το φθηνότερο αντίτιμο για την παρακολούθησή της και συνεπακόλουθη μεγαλύτερη προσέλευση θεατών και άρα εξασφάλιση επιτυχίας και κέρδος για το δέκτη.

Αφ' ετέρου το ίδιο σημαντικά είναι τα πλεονεκτήματα και για τον σπόνσορα:

- Του επιτρέπει να βελτιώσει την οικονομική του εικόνα με χρηματοδότηση δραστηριοτήτων σε περιοχές έξω από τις βασικές του οικονομικές, επαγγελματικές και κοινωνικές δραστηριότητες με μικρό σχετικά κόστος και με αξιοποίηση της εντύπωσης οικονομικής ισχύος. Ακόμα, συντελεί στην αύξηση της φήμης του σε περίπτωση δραστηριοποίησης σε κοινωνικά ευαίσθητα θέματα.
- Δημιουργείται ένας χώρος αγοράς, όχι μόνο για τους δέκτες της χορηγίας, αλλά και για τους σπόνσορες, οι οποίοι εξειδικεύονται πλέον στη χρηματοδότηση συγκεκριμένων δραστηριοτήτων

5. σύγκριση με άλλες συγγενείς έννοιες

Όπως έχουμε τονίσει, απαραίτητο συστατικό στοιχείο της σύμβασης sponsoring είναι ο **επαχθής χαρακτήρας**. Ο δέκτης αναλαμβάνει υποχρέωση προς παροχή με την έννοια της ΑΚ 287. Τι θα συμβεί, όμως, στην ακόλουθη περίπτωση; Ένα φυσικό πρόσωπό ή μία επιχείρηση αναλαμβάνει την χρηματοδότηση μίας αθλητικής διοργάνωσης ή μιας πολιτιστικής εκδήλωσης, χωρίς να αξιώνει νομικά την προβολή του από το δέκτη της υποστήριξης ή απλά συμφωνείται ότι ο δέκτης αναλαμβάνει απλά το βάρος να προβάλλει τον χρηματοδότη. Είναι σαφές ότι σε αυτές τις περιπτώσεις, μολονότι υπάρχει συγγένεια με τη σύμβαση sponsoring, δεν στοιχειοθετείται μία τέτοια σύμβαση. Εδώ προέχουν τα αλτρουιστικά κίνητρα του χρηματοδότη. Στις περιπτώσεις, λοιπόν, που έχουμε να κάνουμε με χρηματοδότηση λόγω ελευθεριότητας, ακόμα και αν συμφωνείται απλώς βάρος του δέκτη για προβολή του χρηματοδότη, έχουμε να κάνουμε με τη **μαικηνιστική ή δωρεοδοτική χορηγία**. Σε αυτή τη σύμβαση, δεν υπάρχει νομική αξίωση του χορηγού για δημοσιοποίηση της χορηγίας. Βρισκόμαστε μπροστά σε μία χαριστική δικαιοπραξία, στην οποία θα μπορούσαν να εφαρμοστούν αναλογικά οι διατάξεις για τη δωρεά (ΑΚ496επ.). Κάτι τέτοιο, εννοείται αποκλείεται στο sponsoring, στο οποίο κυρίαρχο στοιχείο είναι ο επαχθής χαρακτήρας. Ο μη νομικός ,άλλωστε, συχνά συγχέει το sponsoring με τη σύμβαση δωρεάς (ΑΚ496επ.). Η σύμβαση δωρεάς είναι η πιο χαρακτηριστική μορφή χαριστικής δικαιοπραξίας. Συνεπώς, αμέσως μπορούμε να συνειδητοποιήσουμε πόσο διαφέρουν αυτά τα δύο μορφώματα. Η σχέση της δωρεάς με το sponsoring έχει κριθεί, άλλωστε, στη **Γνωμοδότηση ΝΣΚ υπ' αριθμόν 531/199**. Το ΝΣΚ απεφάνθη ότι, αν η διαφημιστική προβολή της εταιρείας γίνεται κατά τρόπο, ο οποίος ,κατά τη συναλλακτική πρακτική, προϋποθέτει

οικονομικό αντάλλαγμα, όπως διαφήμιση σε χώρους του σωματείου, και το αντάλλαγμα είναι ανάλογο κατ' αξία με το sponsoring, δεν υφίσταται δωρεά με την έννοια του ν.75/1975, αλλά αμφοτεροβαρής σύμβαση, αφού μάλιστα με την παραπάνω διαφήμιση του χορηγού το σωματείο χάνει το ποσό, που θα κέρδιζε από τη διαφημιστική προβολή άλλων προϊόντων. Αν η προβολή της εταιρίας ως χορηγού γίνεται κατ' άλλο τρόπο, εκτός των χώρων ή πραγμάτων του σωματείου, και δεν στερεί τούτο εσόδων, τότε δεν νοείται ύπαρξη ανταλλάγματος και η χορηγία εμπίπτει στην έννοια της δωρεάς.

Ανάμεσα στα παραπάνω μορφώματα υπάρχουν άλλωστε διαφορές και σε σχέση με το χρηματοδότη καθώς, συνήθως, στη δωρεοδοτική χορηγία, χρηματοδότης είναι φυσικό πρόσωπο ή ίδρυμα, ενώ στο sponsoring είναι κατά κανόνα εμπορική εταιρία. Επίσης διαφορές μπορούμε να εντοπίσουμε στο πεδίο δραστηριοποίησης καθώς το sponsoring ευδοκιμεί κατά βάση στον αθλητικό χώρο ενώ οι μαϊκήνες και οι δωρητές στον κοινωνικό και πολιτιστικό.¹⁴

Υποστηρίζεται¹⁵, πάντως, ότι τόσο η εμπορική ιδιότητα του σπόνσορα όσο και η ύπαρξη ιδιότητας νομικού προσώπου αποτελούν ένα σοβαρό τεκμήριο για την ύπαρξη σύμβασης sponsoring.

Ας εξετάσουμε, τώρα, την περίπτωση, που έχει καταρτιστεί έγκυρα μία σύμβαση, στην οποία τα μέρη αναγράφουν ότι πρόκειται για σύμβαση δωρεοδοτικής χορηγίας ή δωρεάς, αν και από τις διατάξεις της σύμβασης προκύπτει ότι υπάρχει αγωγή αξίωση του χρηματοδότη για προβολή του. Εδώ, πρέπει να δεχτούμε ότι ο λάθος χαρακτηρισμός δεν βλάπτει (*falsa demonstratio non nocet*) καθώς *iura novit curia*. Ο δικαστής, δηλαδή, θα αγνοήσει το χαρακτηρισμό που έδωσαν τα μέρη και θα ενεργήσει, έχοντας να κάνει με μία γνήσια σύμβαση sponsoring.

¹⁴ Σινανιώτη, ο.π., σ.25

¹⁵ Bruhn/Mehlinger ο.π.

Τι θα γίνει, όμως, στην περίπτωση που δεν προκύπτει σαφώς τι θέλησαν τα μέρη. Για παράδειγμα πρόβλημα ανακύπτει στην περίπτωση που δεν προκύπτει σαφώς από τη σύμβαση αν ο δέκτης έχει υποχρέωση για προβολή ή απλώς ένα βάρος ή μια προτροπή χωρίς νομικό αντίκρουσμα. Το ίδιο και στην περίπτωση που δεν γίνεται καθόλου μνεία σχετικά με αυτό το θέμα. Εδώ βρίσκουν πεδίο οι κανόνες για την ερμηνεία των δικαιοπραξιών του ΑΚ173 και ΑΚ200.

Πρέπει να πούμε ότι η ερμηνεία των δικαιοπραξιών, όπως ακριβώς και η ερμηνεία των κανόνων δικαίου, αποσκοπεί στη διακρίβωση του ορθού νοήματος γλωσσικών εκφράσεων που εκφέρονται στο πλαίσιο της ενασκήσεως ορισμένης ρυθμιστικής λειτουργίας. Κοινό χαρακτηριστικό στην ερμηνεία των νόμων και σε αυτήν των δικαιοπραξιών αποτελεί το γεγονός ότι το κριτήριο της ορθότητας του ερμηνευτικά συναγόμενα νοήματος είναι κανονιστικό. Πρόκειται, δηλαδή, για την αναζήτηση του νομικά σημαντικά εν τέλει νοήματος ορισμένης κανονιστικής ρύθμισης. Συνεπώς είναι φυσικό και στην ερμηνεία των δικαιοπραξιών να γίνεται επίκληση γραμματικής, συστηματικής, τελεολογικής φύσεως επιχειρημάτων προς θεμελίωση της ιστορικής ορθότητας του εκάστοτε συναγόμενου ερμηνευτικού πορίσματος. Υπάρχουν όμως και μεγάλες διαφορές σε σχέση με την ερμηνεία νόμων και δικαιοπραξιών. Για παράδειγμα, η ρύθμιση ενός κανόνα δικαίου εξυπηρετεί πάντα έναν αντικειμενικό σκοπό, εγκείμενο στην πραγμάτωση μίας δίκαιης εξισορρόπησης συμφερόντων, ενώ η ρύθμιση μίας δικαιοπραξίας αποσκοπεί αποκλειστικά στην πραγμάτωση της ιδιωτικής αυτονομίας. Επίσης, ο νόμος αποτελεί μία αφηρημένη ρύθμιση που απευθύνεται στο μέσο πολίτη, ενώ η δικαιοπρακτική δήλωση βούλησης απευθύνεται πάντα σε συγκεκριμένο πρόσωπο και, συνεπώς, προέχει η ατομική ικανότητα κατανόησης του συγκεκριμένου αποδέκτη.

Για αυτούς τους λόγους ο ΑΚ ενσωμάτωσε δύο γενικούς κανόνες αναφορικά με την ερμηνεία των δικαιοπραξιών, τις διατάξεις ΑΚ 173 και ΑΚ 200. Πρέπει να τονιστεί ότι μεταξύ αυτών των δύο διατάξεων δεν υφίσταται σύγκρουση, αλλά η μία συμπληρώνει την άλλη. Έτσι, σε περίπτωση που από το περιεχόμενο μίας σύμβασης (*sponsoring εν προκειμένω*) υπάρχει ασάφεια για κάποιο όρο, αρχίζουμε από την διάταξη ΑΚ173. Αυτή η διάταξη εξαίρει το υποκειμενικό στοιχείο της ερμηνείας και λέει αφ' ενός ότι σε επίπεδο αρχής νομικά αποφασιστικότερο στοιχείο ερμηνείας είναι η αληθινή, δηλαδή η εμπειρικά διαπιστούμενη βούληση του δικαιοπρακτούντος και αφ' ετέρου ότι κατά την αναζήτηση αυτής της πρωταρχικής πηγής της ρυθμιστικής ενέργειας της δικαιοπραξίας ο ερμηνευτής δεν πρέπει να προσκολλάται στις λέξεις. Μεταξύ, δηλαδή, του γραμματικού νοήματος της σχετικής δήλωσης και του πράγματι ηθελημένου από το δηλούντα νοήματός της, προέχει το δεύτερο.¹⁶ Η ΑΚ 173, λοιπόν, αποτελεί απαραίτητη αφετηρία στην ερμηνεία των δικαιοπραξιών και μάλιστα ειδικά στις περιπτώσεις των μονομερών, μη απευθυντέων δηλώσεων βουλήσεως (π.χ. διαθήκη) αποτελεί και όριο της ερμηνείας. Στις υπόλοιπες περιπτώσεις, όμως, πρέπει να τυγχάνει εφαρμογής και η διάταξη ΑΚ 200 που εξαίρει το αντικειμενικό στοιχείο της ερμηνείας, την άποψη, δηλαδή, των συναλλαγών και των τρίτων. Με άλλα λόγια, αυτό που επιτάσσει η διάταξη του ΑΚ 200 είναι να λαμβάνονται υπόψη κατά την ερμηνεία τα συμφέροντα και των δύο μερών. Ο ερμηνευτής είναι υποχρεωμένος να προσδώσει στον εριζόμενο όρο της σύμβασης εκείνο το νόημα που προσήκει ενόψει των ατομικών συνθηκών των συγκεκριμένων μερών. Η καλή πίστη επιβάλλει να ληφθούν κατά την ερμηνεία υπόψη όλες οι υφιστάμενες κατά τον χρόνο οριστικής

¹⁶ Παπανικολάου, Μεθοδολογία Ιδιωτικού Δικαίου και Ερμηνεία των Δικαιοπραξιών, Εκδ. Αντ. Σάκκουλα, 2000, σ.309επ.

συντελέσεως της δήλωσης βουλήσεως ειδικές συνθήκες που συνοδεύουν τη συγκεκριμένη περίπτωση (τα << συγκείμενα >> της δικαιοπρακτικής δήλωσης βουλήσεως) και αναφέρονται είτε στο πρόσωπο ή τόπο του δηλούντος (επαγγελματικές συνήθειες, επάγγελμα, σφαίρα επιρροής) είτε στο πρόσωπο ή τον τόπο του αποδέκτη της δήλωσης είτε και στους δύο (διαπραγματεύσεις, σχέδια σύμβασης, προηγούμενη συναλλακτική πρακτική, συμβατικές σχέσεις με τρίτους, προπάντων δε ο επιδιωκόμενος με τη συγκεκριμένη δικαιοπραξία σκοπός και η ειδικότερη αυτής φύση, καθώς και η εν γένει κατάσταση συμφερόντων των μερών). Τα στοιχεία αυτά μπορεί να κείνται και εκτός του σώματος της ερμηνευόμενης δηλώσεως. Βρισκόμαστε μπροστά σε ένα **κινητό σύστημα αξιών**. Τα στοιχεία, δηλαδή, που λαμβάνονται υπόψη είναι όχι μόνο δεκτικά κάθε φορά διαφορετικού βαθμού πληρώσεως αλλά μπορούν και να δρουν από κοινού και να αλληλοσυμπληρώνονται και ενδεχομένως να εναλλάσσονται.¹⁷ Τα στοιχεία, όμως, αυτά μόνο τότε επιτρέπεται να αξιοποιηθούν ερμηνευτικά στο πλαίσιο του ΑΚ 200, όταν ήταν γνωστά και στον αποδέκτη της δήλωσης ή εφόσον κατά καλή πίστη παρίστατο αξιόπιστο από αυτόν να είχε διαγνώσει την ύπαρξή τους. Για να μιλήσουμε πιο συγκεκριμένα, στην περίπτωση που μας απασχολεί, δηλαδή στη σύμβαση sponsoring, αν υπάρχει ασάφεια για το αν ο δέκτης έχει υποχρέωση ή απλώς βάρος για προβολή του χρηματοδότη θα ερευνήσουμε κατ' αρχήν αν χρηματοδότης και δέκτης αντελήφθησαν με τον ίδιο τρόπο το περιεχόμενο της δήλωσης (ΑΚ173). Αν όχι, αναγκάως πάμε στο ΑΚ200. Εδώ θα παίζει ρόλο ο σκοπός που έχει ο χρηματοδότης (δηλαδή αν κινείται με αλτρουστικά κίνητρα ή αν ενδιαφέρεται μόνο για να προβληθεί) και προηγούμενες συμβάσεις που

¹⁷ Wilburg, Entwicklung eines beweglichen Systems im buergerlichen Recht, 1950, Παπανικολάου, ο.π., σ.103 επ., σ.311

έχει συνάψει ο χρηματοδότης (δηλαδή αν στο παρελθόν ο χρηματοδότης συνήθιζε να συνάπτει συμβάσεις sponsoring ή συμβάσεις δωρεοδοτικής χορηγίας ή δωρεάς). Με αυτόν τον τρόπο, ο ερμηνευτής θα καταλήξει για τον χαρακτήρα της κρινόμενης σύμβασης.

Τι θα γίνει, τώρα στην περίπτωση που τα μέρη δεν έχουν κάνει καμία μνεία για αυτό το θέμα. Εδώ, λοιπόν, θα βρει εφαρμογή η συμπληρωματική ερμηνεία των δικαιπραξιών. Πρέπει, όμως, για να τύχει εφαρμογής να έχουμε **κενό**. Αυτό μπορεί να συμβαίνει είτε διότι τα μέρη δεν σκέφτηκαν καν αυτό το σημείο κατά την κατάρτιση της δικαιπραξίας, είτε διότι το ζήτημα ανέκυψε ύστερα κατά τη λειτουργία της δικαιπραξίας ως συνέπεια μιας απρόβλεπτης μεταβολής των συνθηκών. Η διαπίστωση του κενού στη δικαιοπρακτική ρύθμιση περιέχει και την εκτίμηση ότι η σχετική ατέλεια πρέπει οπωσδήποτε να συμπληρωθεί προκειμένου να καταστεί δυνατή η πραγμάτωση του επιδιωκόμενου σκοπού.

Η συμπληρωματική ερμηνεία στηρίζεται σε δύο κριτήρια που δρουν συνδυασμένα. Πρόκειται για την υποθετική βούληση των μερών και την αρχή της καλής πίστης. Τα κριτήρια αυτά θεωρείται γενικώς ότι περιέχονται στη διάταξη ΑΚ200, η οποία ανάγεται σε νομοθετική βάση της συμπληρωματικής ερμηνείας.

Πάντως, κατά τη γνώμη μου, σε περίπτωση που έχουμε κενό σε σχέση με την παροχή του δέκτη της χρηματοδότησης, μάλλον θα έχουμε να κάνουμε με σύμβαση δωρεοδοτικής χορηγίας και όχι με σύμβαση sponsoring, καθώς στη σύμβαση sponsoring ο χρηματοδότης ενδιαφέρεται πρωτίστως για την εξασφάλιση της αντιπαροχής του δέκτη, που είναι η νομική υποχρέωση προβολής του. Συνεπώς, αν τα μέρη δεν έκαναν μνεία για αυτό το θέμα, το πιθανότερο είναι ότι ο χρηματοδότης δεν << καιγόταν >> τόσο για την εξασφάλιση νομικής υποχρέωσης για προβολή. Συνεπώς, δεν υπάρχει εκεί σύμβαση

sponsoring. Βέβαια, εφαρμόζοντας τα κριτήρια της συμπληρωματικής ερμηνείας μπορεί να οδηγηθούμε σε άλλο αποτέλεσμα.

6. νομικό πλαίσιο

Η σύμβαση sponsoring μέχρι τώρα έχει απασχολήσει κατά βάση τις οικονομικές επιστήμες και ελάχιστα τη νομική επιστήμη. Για αυτό το λόγο, ελάχιστες είναι οι διατάξεις τόσο στο διεθνές όσο και στο εθνικό πεδίο που να αναφέρονται έστω και εμμέσως στη σύμβαση sponsoring. Μικρή είναι, επίσης, η θεωρητική ενασχόληση με το ζήτημα μέχρι τώρα.

Στον Ευρωπαϊκό χώρο, υπήρξε μία πρώτη ρύθμιση για το sponsoring στα τέλη της δεκαετίας του 80. Πρόκειται για την Οδηγία του Συμβουλίου 89/552/ΕΟΚ, όπως τροποποιήθηκε με την Οδηγία 97/36/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου. Η Οδηγία αυτή αφορά στην άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων και στο τέταρτο κεφάλαιό της και στα πλαίσια μόνο μίας ρήτρας (άρθρο 17) γίνεται λόγος για το sponsoring.¹⁸

Στη συνέχεια υπήρξε άλλη μία Οδηγία που έκανε μνεία για το sponsoring. Πρόκειται για την Οδηγία 43/1998 σχετικά με τη διαφήμιση και τη χορηγία προϊόντων καπνού.¹⁹

¹⁸ Στην πρώτη παράγραφο της ρήτρας αναφέρεται ότι ο σπόνσορας δεν επιτρέπεται να επηρεάσει ούτε το χρόνο, ούτε τη διάρκεια της εκπομπής σε τέτοιο βαθμό, ώστε να παρέχονται υπόνοιες για το αδιάβλητο της ραδιοτηλεοπτικής ελευθερίας και αυτονομίας. Η έκταση της δημόσιας προβολής, πληροφορεί στο πρώτο εδάφιο η πρώτη παράγραφος, δεν μπορεί να ξεπερνά την ανακοίνωση κατά την έναρξη της εκπομπής για τη στήριξη της διεξαγωγής της με σύμβαση sponsoring. Στο εδάφιο β γίνεται σαφές ότι δεν επιτρέπεται η ρητή σύσταση του παρουσιαστή υπέρ των προϊόντων του σπόνσορα. Σύμφωνα με την τρίτη παράγραφο, το sponsoring, συστήνεται, να απαγορευτεί σε εταιρίες στις οποίες δεν είναι δυνατή η διαφήμιση και απαγορεύεται σε εκπομπές με πολιτικό περιεχόμενο, με ενημερωτικό περιεχόμενο, ειδήσεις κτλ.

¹⁹ Στο αρ. 2 παρ.3 ορίζεται η χορηγία ως << οποιαδήποτε δημόσια ή ιδιωτική συμβολή σε εκδήλωση ή δραστηριότητα, με σκοπό ή με άμεσο ή έμμεσο αποτέλεσμα την προώθηση ενός προϊόντος καπνού >>. Σύμφωνα με το αρ. 3 παρ. 1, απαγορεύεται κάθε μορφή διαφήμισης ή χορηγίας εντός της Κοινότητας σχετικά με προϊόντα καπνού., ενώ στην παρ.5 υπάρχουν κάποιοι περιορισμοί στην απόλυτη απαγόρευση της παρ.1

Κάποιες αποσπασματικές διατάξεις για το sponsoring υπήρξαν και στο διεθνές πεδίο και μάλιστα στο διεθνές αθλητικό πεδίο.

Κατ' αρχήν υπάρχει η διάταξη του Καταστατικού Χάρτη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής (Δ.Ο.Ε.)²⁰. Πρόκειται για το αρ. 61 που αναφέρεται γενικά στη διαφήμιση (Propaganda and Advertizing), ενώ στην παράγραφο 2, ρυθμίζεται η εκμετάλλευση των συμβόλων και των διακριτικών σημάτων των αγώνων.

Περαιτέρω, η Διεθνής Ομοσπονδία Στίβου παραθέτει στον Κανονισμό Διαφημίσεων της μία ενδιαφέρουσα διάκριση. Διακρίνει, δηλαδή τους σπόνσορες αφ' ενός σε Service Providing Sponsors και Supplying Sponsors και αφ' ετέρου σε απλούς Sponsors, ανάλογα με το αν προσφέρουν σε είδος ή χρήμα. Επίσης, τους διακρίνει ανάλογα με την εμπλοκή τους στη διοργάνωση, αν εμπλέκονται, δηλαδή, σε όλη τη διοργάνωση, σε ένα τίτλο ή μόνο σε έπαθλο, σε ένα σωματείο ή σε έναν αθλητή.²¹

Η Διεθνής Ομοσπονδία Στίβου στο Καταστατικό της αναφέρεται και πάλι στο sponsoring. Στο αρ. 19 ΙΧ υποχρεώνει τις ομοσπονδίες- μέλη της να προστατεύσουν τους αθλητές από ρήτρες σε συμβάσεις sponsoring, όπως η υποχρέωση να καταρτίζουν το πρόγραμμα προπόνησης ανάλογα με τις οδηγίες του σπόνσορα.²²

Σε εθνικό επίπεδο, στο ν.2725/1999 << Ερασιτεχνικός και Επαγγελματικός Αθλητισμός και άλλες διατάξεις >> ρυθμίζεται αποσπασματικά το ζήτημα του sponsoring . Κατ' αρχήν σύμφωνα με το άρθρο 33 παρ. 4 (για τους ερασιτέχνες αθλητές), επιτρέπεται σε αθλητές ατομικού ή ομαδικού αθλήματος να συνάπτουν συμβάσεις

²⁰ Η Δ.Ο.Ε. είναι ανώτατη αρχή του Παγκόσμιου Αθλητισμού. Πρόκειται για μία διεθνής, μη κυβερνητική, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, με τη μορφή σωματείου ένωση στην οποία εφαρμόζονται οι διατάξεις του Ελβετικού ΑΚ σχετικά με τα σωματεία (άρθρο 19 του Ολυμπιακού Καταστατικού Χάρτη)

²¹ Παναγιωτόπουλος, οπ.π., σ.540-541

²² <http://213.92.22.11/insideiaaf/advertising%20regulations.pdf>

χορηγίας ή διαφήμισης προϊόντων ή υπηρεσιών με φυσικό ή νομικό πρόσωπο, εφόσον τούτο δεν αντίκειται στους τεχνικούς κανονισμούς του αθλήματος, στους κανονισμούς της οικείας ομοσπονδίας ή της Δ.Ο.Ε.. Οι συμβάσεις αυτές απαιτείται να εγκριθούν από την οικεία αθλητική ομοσπονδία και με μέριμνά της να κατατεθούν στην αρμόδια Δ.Ο.Υ. Αν δεν συντρέχει μία από τις προηγούμενες προϋποθέσεις οι συμβάσεις είναι ανίσχυρες και δεν παράγουν αποτελέσματα. Η υποβολή, συνεπώς της σύμβασης στην ομοσπονδία και η έγκριση από τη Δ.Ο.Υ αποτελούν **όρο του ενεργού της δικαιοπραξίας**²³. Αντίθετα, στο πλαίσιο του επαγγελματικού αθλητισμού παντελής είναι η έλλειψη ειδικής ρύθμισης. Σύμφωνα με τον αθλητικό νόμο, η Αθλητική Ανώνυμη Εταιρεία υποχρεούται να υποβάλλει στην Επιτροπή Επαγγελματικού Αθλητισμού (Ε.Ε.Α), μεταξύ των εγγράφων και << κάθε είδους συμβάσεις... χορηγούς, διαφημιστικές εταιρίες >> (ν.2725/99, αρ. 77).

Διατάξεις σχετικά με τη χορηγία- sponsoring έχουμε και στο ν. 2328/1995 για τις ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές. Στο αρ.3 παρ8-10 του εν λόγω νόμου ορίζονται οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν τα τηλεοπτικά προγράμματα που αποτελούν αντικείμενο χορηγίας. Η παρ.10 του αρ.8, μάλιστα, απαγορεύει τη χορηγία στα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων και στις πολιτικές ενημερωτικές εκπομπές. Τόσο αυτός ο νόμος, όσο και ο αθλητικός κάνουν λόγο για «χορηγία». Βλέπουμε πως ο νομοθέτης βρίσκεται ακόμα σε σύγχυση σχετικά με το νέο θεσμό του sponsoring. Εμείς, πάντως, πρέπει με ερμηνεία να καταλήξουμε στο ότι με τη λέξη << χορηγία >>, νοείται τόσο η δωρεοδοτική χορηγία, όσο και το sponsoring.

Βλέπουμε, λοιπόν, πόσο ισχνή είναι σε εθνικό και διεθνές επίπεδο η νομοθεσία για το sponsoring. Συνεπώς, για αυτό το λόγο νομικό

²³ η συνταγματικότητα αυτής της ρύθμισης θα σχολιαστεί παρακάτω (υπό Ε.2.β)

ενδιαφέρον παρουσιάζει η έρευνα της νομικής φύσης της σύμβασης, καθώς και η αποσαφήνιση των εκατέρωθεν υποχρεώσεων των μερών καθώς και το πώς διαμορφώνεται το περιεχόμενο της σύμβασης από πρακτική άποψη.

7. οι υποχρεώσεις των μερών ειδικότερα

Όπως είπαμε, έχουμε να κάνουμε με μία επαχθή, αμφοτεροβαρή σύμβαση που γεννά υποχρεώσεις και αντίστοιχα δικαιώματα και στις δύο πλευρές. Βασική υποχρέωση του σπόνσορα είναι η στήριξη του δέκτη, ενώ βασική υποχρέωση του δέκτη είναι η προβολή του σπόνσορα μέσα από τη δραστηριότητά του.

Ειδικότερα σε σχέση με το σπόνσορα πρέπει να πούμε τα εξής: Η παροχή του σπόνσορα συνήθως είναι χρηματική. Αφορά στην καταβολή ορισμένου ποσού στο δέκτη της χορηγίας. Το σύνηθες είναι να έχουμε παροχή που καταβάλλεται περιοδικά, δεν αποκλείεται, όμως, να συμφωνηθεί ότι το ποσό θα καταβάλλεται εφ' άπαξ. Σε περίπτωση αμφιβολίας, το ποσό είναι άμεσα καταβλητό, κάτι που προκύπτει από το άρθρα ΑΚ 323 και ΑΚ 374 για την ένσταση μη εκπληρωθέντος συναλλάγματος.

Μπορεί, πάντως, να συμφωνηθεί ότι η παροχή του σπόνσορα δεν θα είναι χρηματική. Έτσι, μπορεί να συμφωνηθεί ότι ο σπόνσορας θα προμηθεύει το δέκτη με υλικά αγαθά. Για παράδειγμα, ο σπόνσορας μίας αθλητικής ομάδας μπορεί να συμφωνηθεί ότι θα παρέχει στους παίκτες αθλητικά όργανα εκγύμνασης, αθλητικές φόρμες, αθλητικά παπούτσια ή, ακόμα, μπορεί να συμφωνηθεί ότι θα τους παρέχει αθλητικές εγκαταστάσεις ή και διαμονή και διευκολύνσεις στις μετακινήσεις. Όταν ο σπόνσορας υποχρεούται να παράσχει ένα ή

περισσότερα αντικείμενα, τότε είναι δυνατόν να αναφέρονται αυτά συγκεκριμένα στο κείμενο της σύμβασης. Σκόπιμο, είναι σε αυτή την περίπτωση να υπάρχει παράρτημα, στο οποίο να αναγράφονται επακριβώς τα προμηθευτέα αντικείμενα. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το ζήτημα σχετικά με το με ποιες διατάξεις θα ευθύνεται ο σπόνσορας σε περίπτωση πραγματικών ή νομικών ελαττωμάτων των αντικειμένων. Αν και αυτό το ζήτημα θα μας απασχολήσει αναλυτικότερα παρακάτω, πρέπει να πούμε ότι, λόγω του επαχθούς χαρακτήρα της σύμβασης, προτιμότερη, θεωρώ, την εφαρμογή των διατάξεων σχετικά με πραγματικά και νομικά ελαττώματα της πώλησης πράγματος (ΑΚ 513 επ.).

Η παροχή του σπόνσορα, άλλωστε, μπορεί να αφορά ταυτόχρονα τόσο παροχή ενός χρηματικού ποσού, όσο και παροχή άλλων υλικών αγαθών. Για παράδειγμα, μπορεί να συμφωνηθεί ότι μία μεγάλη εταιρεία αθλητικών ενδυμάτων θα παρέχει σε έναν αθλητή τόσο αθλητικά είδη ρουχισμού όσο και κάποιο ποσό. Εδώ, τα υλικά αγαθά ο σπόνσορας τα παρέχει από την ίδια την παραγωγή του. Μπορεί, όμως, να χρειαστεί να συνάψει άλλες συμβάσεις προκειμένου να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του. Δηλαδή, μία ασφαλιστική ή τραπεζική εταιρία που συνάπτει σύμβαση sponsoring με μία ποδοσφαιρική Α.Ε. και συμφωνείται ότι, εκτός από χρήμα, θα προμηθεύει τους ποδοσφαιριστές και με ρουχισμό, θα χρειαστεί να συνάψει ξεχωριστή σύμβαση με κάποια εταιρεία ειδών ρουχισμού, προκειμένου να ανταποκριθεί στη σύμβαση. Αν συμφωνηθεί, ότι η εταιρεία ειδών ρουχισμού θα παρέχει απευθείας στους ποδοσφαιριστές το ρουχισμό, τότε πρόκειται για σύμβαση υπέρ τρίτου με την έννοια του ΑΚ410επ. Βέβαια, μπορεί και να συμφωνηθεί ότι η ποδοσφαιρική Α.Ε. θα είναι αυτή που θα συμβληθεί και υπόχρεος προς πληρωμή θα είναι ο σπόνσορας. Σε αυτή την περίπτωση, έχουμε σύμβαση σε βάρος τρίτου (ΑΚ 415). Στο

πλαίσιο της ελευθερίας των συμβάσεων (ΑΚ361), οποιαδήποτε συμφωνία σχετικά με τον τρόπο παροχής του σπόνσορα είναι επιτρεπτή. Σε σχέση, τώρα, με την παροχή του δέκτη πρέπει να αναφερθούν τα εξής:

Ο δέκτης της χορηγίας έχει συνήθως υποχρέωση πράξης ή παράλειψης ή ανοχής ενός περιορισμού στα δικαιώματά τους.

Ο δέκτης, δηλαδή, μπορεί να υποχρεώνεται να φοράει κατά βάση ή και αποκλειστικά ρούχα και παπούτσια συγκεκριμένης εταιρίας ή άλλα αξεσουάρ, όπως κοσμήματα, ρολόγια, μπορεί να υποχρεώνεται να κάνει δηλώσεις υπέρ του σπόνσορα στις δημόσιες εμφανίσεις του κτλ. Μπορεί, επίσης, να υποχρεώνεται να μην φοράει διαφορετικά ρούχα από αυτά που του υποδεικνύει ο σπόνσορας, να μην κάνει δηλώσεις υπέρ άλλης εταιρείας που δραστηριοποιείται στον ίδιο χώρο με το σπόνσορα και βέβαια, σε καμία περίπτωση, να μην κάνει δηλώσεις κατά του σπόνσορα. Όλες αυτές οι ρήτρες, ενδεχομένως, να είναι άκυρες ως καταχρηστικές (ΑΚ281). Το θέμα θα αναλυθεί περαιτέρω στο οικείο κεφάλαιο.

Μπορεί, άλλωστε, να συμφωνηθεί ότι θα χρησιμοποιούνται φωτογραφίες του αθλητή στο πλαίσιο διαφήμισης προϊόντων του σπόνσορα. Εδώ, έχουμε να κάνουμε με μία παραίτηση από ατομικά δικαιώματα του δέκτη. Συγκεκριμένα, έχουμε ανοχή μίας προσβολής του δικαιώματος της προσωπικότητας του δέκτη. Η προσωπικότητα είναι ένα απόλυτο δικαίωμα του ανθρώπου και προστατεύεται με τις διατάξεις ΑΚ57επ. Η προστασία της προσωπικότητας, μάλιστα, έχει λάβει και συνταγματική περιωπή (Σ 2 παρ.1, Σ 5 παρ.1). Κατ' αρχήν, απαγορεύεται τόσο η εσωτερική (που προέρχεται από το ίδιο το πρόσωπο) όσο και η εξωτερική (προέρχεται από τρίτους) προσβολή της προσωπικότητας. Ειδικότερα, η εσωτερική προσβολή δεν ρυθμίζεται από τον ΑΚ, αλλά κατ' αρχήν απαγορεύεται λόγω του

αναπαλλοτριώτου χαρακτήρα του δικαιώματος της προσωπικότητας²⁴. Οπωσδήποτε, όμως, το ζήτημα πρέπει να κριθεί κατά περίπτωση. Σε περίπτωση που η εσωτερική προσβολή έχει αντίκτυπο στο δημόσιο συμφέρον απαγορεύεται. Μπορεί πάντως να είναι επιτρεπτή παραίτηση από συγκεκριμένες εξουσίες που παρέχει το δικαίωμα της προσωπικότητας και οι οποίες συχνά διατίθενται συμβατικώς. Έτσι, το περιουσιακό δικαίωμα της πνευματικής ιδιοκτησίας μπορεί να μεταβιβαστεί καθ' ολοκληρίαν, δηλαδή σε όλες τις εκδηλώσεις του, μεταξύ ζώντων ή αιτία θανάτου (αρ. 12παρ1 ν.2121/1993). Όσον αφορά το ηθικό δικαίωμα μπορεί να μεταβιβαστεί μόνο η άσκηση συγκεκριμένων εξουσιών.²⁵ Τέτοιου είδους παραίτηση μπορεί να έχουμε από τη μεριά του δέκτη στη σύμβαση sponsoring, όπως μπορεί να έχουμε και μερική παραίτηση από το δικαίωμα της προσωπικότητας υπό την εκδήλωσή της ως μέσο προσδιορισμού του προσώπου²⁶ που περιλαμβάνει το όνομα, τη φήμη, την εικόνα, τη φωνή και κάθε άλλο στοιχείο που εξατομικεύει το πρόσωπο πχ. όταν συμφωνείται ότι για τη διαφήμιση των προϊόντων του σπόνσορα θα γίνεται χρήση της εικόνας ή ακόμα και του ονόματος του δέκτη (πχ. το πλοίο ΑΙΟΛΟΣ-ΚΕΝΤΕΡΗΣ). Πρέπει, πάντως, να σημειωθεί εδώ ότι ακόμα και όταν έχουμε παραίτηση από ένα ατομικό δικαίωμα υπάρχει ένας πυρήνας του δικαιώματος, που απορρέει από το άρθρο Σ2παρ.1 που δεν είναι δεκτικός παραίτησης. Για παράδειγμα, αν ο σπόνσορας χρησιμοποιεί μία φωτογραφία του δέκτη που προφανώς τον προσβάλλει, τότε έχουμε προσβολή της προσωπικότητας του δέκτη, ο οποίος έχει τη δυνατότητα να στραφεί κατά του σπόνσορα με τα άρθρα ΑΚ57-59 ζητώντας άρση

²⁴ Γεωργιάδης, Γεν. Αρχές Αστικού Δικαίου, Β Έκδοση, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 1997, σ.123

²⁵ Γεωργιάδης, Γενικές Αρχές Αστικού Δικαίου, Β Έκδοση, Εκδ Σάκκουλα 1997, σ125επ.

²⁶ άλλες εκδηλώσεις του δικαιώματος της προσωπικότητας είναι η φυσική υπόσταση, η ψυχική υπόσταση, η ηθική υπόσταση, τα προϊόντα της διάνοιας, η σφαίρα του απόρρητου, τα κοινόχρηστα πράγματα και η επαγγελματική απασχόληση και ανέλιξη

της προσβολής, μη επανάληψη στο μέλλον, ικανοποίηση ηθικής βλάβης ή και αποζημίωση.

Σε κάθε περίπτωση, άλλωστε, η διάθεση του δικαιώματος της προσωπικότητας από το φορέα πρέπει να μην είναι αντίθετη στα χρηστά ήθη (ΑΚ178) και να μην συνεπάγεται υπέρμετρη δέσμευση (ΑΚ179) για το φορέα.

Πολύ σπάνια μπορεί να έχουμε από την πλευρά του δέκτη υποχρέωση παροχής προϊόντων ως αντιπαροχή. Επίσης, εξαίρεση αποτελούν οι παροχές σε είδος στο χώρο του Product Placement. Το Product Placement αποτελεί νέα πρακτική στο πλαίσιο του διαφημιστικού marketing και συνεπάγεται διαφήμιση του προβαλλόμενου προϊόντος με τη χρήση του από τους συντελεστές της εκπομπής χωρίς να διασπάται η φυσική ροή του προγράμματος της εκπομπής πχ. η προβολή σκευών κουζίνας κατά τη διάρκεια εκπομπής μαγειρικής.²⁷

8. τύπος

Το sponsoring δεν ρυθμίζεται από το νόμο και συνεπώς ισχύει για αυτήν η αρχή του ατύπου των δικαιοπραξιών. Σε περίπτωση, όμως, που έχουμε μία σύμβαση προς εξυπηρέτηση της σύμβασης sponsoring που απαιτεί την τήρηση τύπου (π. μεταβίβαση ακινήτου), τότε απαιτείται τύπος και για την σύμβαση sponsoring. Σε αυτό το αποτέλεσμα μπορούμε να οδηγηθούμε με ανάλογη εφαρμογή του ΑΚ 369²⁸.

Σε κάθε περίπτωση πάντως κρίνεται απαραίτητη η τήρηση ιδιωτικού εγγράφου (ΑΚ 160) καθώς η σύμβαση sponsoring είναι μία σύμβαση στην οποία περιλαμβάνονται συναλλαγές πολύ μεγάλων ποσών και ακόμα απαιτεί συχνά την παραίτηση εκ μέρους του δέκτη από

²⁷ Σινανιώτη- Μαρούδη, ο.π., σ.41

²⁸ Βρέλλης, Ερμηνεία ΑΚ

θεμελιώδη δικαιώματά του. Ο τύπος του ιδιωτικού εγγράφου μπορεί να εξασφαλίσει την απαιτούμενη περίσκεψη των συμβαλλομένων, όπως και την ασφάλεια των μερών. Συνεπώς, έστω και αν από το δίκαιο μπορεί να μην απαιτείται, ο τύπος του ιδιωτικού εγγράφου θα πρέπει πάντα να ακολουθείται κατά τη σύναψη της σύμβασης sponsoring.

9. μορφές και διακρίσεις του sponsoring

Το sponsoring μπορεί να πάρει διάφορες μορφές. Θα επιχειρήσουμε κάποιες διακρίσεις με κριτήρια το αντικείμενο του sponsoring (α), τον σπόνσορα (β) και το δέκτη (γ)

(α) Ανάλογα με το αντικείμενο του sponsoring μπορούμε να διακρίνουμε:

- Το αθλητικό sponsoring
- Το πολιτιστικό sponsoring
- Το κοινωνικοπολιτικό sponsoring
- Το οικολογικό sponsoring
- Το ραδιοτηλεοπτικό sponsoring

(β) Σχετικά με το χορηγό

Εδώ, θα γίνουν κάποιες περαιτέρω διακρίσεις

Έτσι με κριτήριο το **είδος της παροχής του χορηγού** μπορούμε να διακρίνουμε το sponsoring με χρηματικό περιεχόμενο και το sponsoring με μη χρηματικό περιεχόμενο. Με κριτήριο τον **αριθμό των σπονσώρων** μπορούμε να διακρίνουμε το *αποκλειστικό sponsoring* , κατά το οποίο δεν επιτρέπεται ο δέκτης να προβάλλει άλλο χορηγό και το *Co-Sponsorship (Συγχορηγία)* κατά το οποίο συμμετέχουν δύο οι περισσότεροι σπόνσορες στη σχέση με βάση ορισμένους κανόνες. Είναι

πιθανόν στη συγχρηγία να εμφανιστεί ένας κύριος σπόνσορας που θα καταβάλλει τη μεγαλύτερη παροχή και δευτερεύοντες σπόνσορες.

Με κριτήριο το **είδος της προβολής του σπόνσορα** μπορούμε να διακρίνουμε το Produkt-Sponsoring και το sponsoring επιχειρήσεων. Στο *Produkt-Sponsoring*, κύριο στοιχείο είναι η προβολή και προώθηση προϊόντος της επιχείρησης. Στην έννοια αυτή εμπίπτει και η παροχή στη διάθεση του δέκτη των προϊόντων ή υπηρεσιών του σπόνσορα, όπως ηλεκτρονικοί υπολογιστές, αθλητικά παπούτσια, αεροπορικά εισιτήρια. Αντίθετα, στο *sponsoring επιχειρήσεων* το βάρος πέφτει στην προβολή του προσώπου του σπόνσορα. Δεν απαιτείται σύνδεση του προϊόντος με τον τομέα που ενισχύεται με το sponsoring. Για παράδειγμα, τον τελευταίο καιρό η Εθνική Τράπεζα έχει δραστηριοποιηθεί αρκετά στο sponsoring αθλητών κλασσικού αθλητισμού.

Με κριτήριο το **είδος του sponsoring που αναλαμβάνει μία επιχείρηση**, γίνεται διάκριση μεταξύ των επιχειρήσεων που επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους σε συγκεκριμένα αντικείμενα (*μονομερές sponsoring*) και εκείνων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς τομείς.

(γ) σχετικά με το δέκτη του sponsoring

μπορούμε να διακρίνουμε το *sponsoring υπέρ προσώπων* (πχ. αθλητής), το *sponsoring υπέρ ενώσεων προσώπων ή οργανισμών* (όταν ο δέκτης είναι νομικό πρόσωπο ιδιωτικού ή δημοσίου δικαίου πχ. ποδοσφαιρική ΑΕ, αθλητικό σωματείο) και το *sponsoring εκδηλώσεων* (πχ. Ολυμπιακοί Αγώνες, Μουντιάλ, IAAF Golden League).

10. σύμβαση sponsoring και ιδιωτικό διεθνές δικαιο

Πολύ συχνά στις συμβάσεις sponsoring έχουμε στοιχεία αλλοδαπότητας. Αυτό συμβαίνει καθώς μπορεί μία επιχείρηση κάποιας χώρας να χρηματοδοτεί έναν δέκτη κάποιας άλλης χώρας. Έτσι, προκύπτει το θέμα του εφαρμοστέου δικαίου.

Η σύμβαση sponsoring αποτελεί σύμβαση, οπότε θα ανατρέξουμε στις διατάξεις που ρυθμίζουν το εφαρμοστέο δίκαιο στις συμβατικές ενοχές (*lex contractus*). Στην Ελλάδα, όπως και στις περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ισχύει το δυαδικό σύστημα. Πρόβλεψη για τη *lex contractus* υπάρχει σε δύο διαφορετικά συμβατικά κείμενα: στη Σύμβαση της Ρώμης του 1980 για τις συμβατικές ενοχές και στο άρθρο ΑΚ 25. Εφαρμόζεται κατ' αρχήν η σύμβαση της Ρώμης, εκτός από τις περιπτώσεις που δεν υπάγονται στο πεδίο εφαρμογής της²⁹, στις οποίες εφαρμόζεται η ΑΚ 25. Και τα δύο συμβατικά κείμενα, χρησιμοποιώντας διαφορετική διατύπωση, προβλέπουν ως *primo loco* εφαρμοστέο στις συμβατικές ενοχές δίκαιο, το δίκαιο που επιλέγουν τα μέρη (*lex voluntatis*). Εφόσον ρητή ή σιωπηρή επιλογή δικαίου από τα μέρη δεν γίνει ή αν η υποβολή τους δεν είναι έγκυρη, τόσον ο ΑΚ όσο και η σύμβαση της Ρώμης ορίζουν διαδοχικώς, *secundo loco*, το εφαρμοστέο δίκαιο. Κατ' άρθρο ΑΚ 25εδ.β' αυτό είναι << το δίκαιο που αρμόζει στη σύμβαση από το σύνολο των ειδικών συνθηκών >>. Αντίστοιχη διάταξη, με διαφορετική διατύπωση, αλλά χωρίς εμφανή διαφορά από το ΑΚ 25 εδ.β' περιέλαβε και η σύμβαση της Ρώμης. Κατά το άρθρο 4 παρ.1 εδ α της σύμβασης αυτής, << στο μέτρο που το εφαρμοστέο στη σύμβαση δίκαιο δεν έχει επιλεγεί σύμφωνα με τις διατάξεις του αρ.3 , η σύμβαση διέπεται από το δίκαιο της χώρας με την οποία συνδέεται στενότερα >>. Στο σημείο αυτό η Σύμβαση της Ρώμης δεν φαίνεται να

διαφέρει από την ΑΚ 25 αφού το δίκαιο με το οποίο συνδέεται στενότερα η σύμβαση είναι εκείνο που αρμόζει στη σύμβαση από το σύνολο των ειδικών συνθηκών³⁰.

Έτσι, λοιπόν, στη σύμβαση sponsoring κατά κανόνα τα μέρη αντιπαρέρχονται τα προβλήματα ιδιωτικού διεθνούς δικαίου που γεννώνται με πρόβλεψη του ιδιωτικού δικαίου στη σύμβαση. Ελλείψει ρητής ή σιωπηρής πρόβλεψης³¹ στη σύμβαση, θα εφαρμοστεί σύμφωνα με όσα είπαμε « το δίκαιο της χώρας με την οποία η σύμβαση συνδέεται στενότερα >> που θα είναι συνήθως και το << δίκαιο που αρμόζει στη σύμβαση από το σύνολο των ειδικών συνθηκών >>.

Η σύμβαση sponsoring, άλλωστε, αποτελεί, όπως προαναφέρθηκε, μεικτή σύμβαση (υπό 2). Στις μεικτές συμβάσεις εφαρμοστέο, ως αρμόζον στη σύμβαση από το σύνολο των ειδικών συνθηκών, είναι το δίκαιο που εφαρμόζεται για τη χαρακτηριστική παροχή που εν προκειμένω είναι η χρηματοδότηση του δέκτη του sponsoring από το σπόνσορα. Η παροχή αυτή συνδέεται στενά με τον τόπο εγκατάστασης του σπόνσορα, αφού εκεί οφείλει κατ' αρχήν να εκπληρώσει την παροχή.³² Επομένως, στην περίπτωση που τα μέρη δεν έχουν προβεί σε επιλογή του εφαρμοστέου δικαίου, εφαρμοστέο συνήθως θα είναι το δίκαιο εγκατάστασης του σπόνσορα.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι στη σύμβαση μπορεί- και στην πράξη γίνεται σχεδόν πάντα χρήση της δυνατότητας αυτής- να περιέχεται

²⁹ Βρέλλης, *Ιδιωτικό Διεθνές Δίκαιο*, Β Έκδοση, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 2001, σ.171επ.

³⁰ Βρέλλης, *οπ.π.*, σ.192

³¹ Σιωπηρή υποβολή των μερών σε ορισμένο δίκαιο συνάγεται γενικά από πράξεις από τις οποίες χωρίς δισταγμό προκύπτει η βούληση των μερών για το εφαρμοστέο στην ενοχική σχέση δίκαιο, λόγω των συνθηκών κάτω από τις οποίες επιχειρήθηκαν (Βρέλλης, *Ιδιωτικό Διεθνές Δίκαιο*, 2^η έκδ., 2001, 2.182). Τέτοιες πράξεις θα αποτελούν η συμφωνία των μερών να υποβάλλουν τις διαφορές τους από τη σύμβαση στην κρίση των δικαστηρίων ορισμένου κράτους, οι αναφορές των μερών σε διατάξεις δικαίου ορισμένου κράτους κτλ.

³² Βέβαια, θα μπορούσε να γίνει δεκτό ότι χαρακτηριστική παροχή είναι η προβολή του σπόνσορα εκ μέρους του δέκτη και επομένως εφαρμοστέο είναι το δίκαιο του τόπου εγκατάστασης του δέκτη. Μία τέτοια λύση, όμως, θα αντιμετώπιζε πρακτικά προβλήματα καθώς ο δέκτης μπορεί να μην έχει συγκεκριμένο τόπο εγκατάστασης (πχ. αθλητής τένις που συνεχώς μετακινείται προκειμένου να λαμβάνει μέρος σε τουρνουά.)

επίσης ρήτρα διεθνούς δικαιοδοσίας ή διαιτησίας (βλ. και παρακάτω).
Στο μέτρο που η ρήτρα αυτή αποτελεί ΓΟΣ θα ελέγχεται το κύρος της
με βάση το άρθρο 2 παρ 7 ν. 2251/1994.

B. ΝΟΜΙΚΗ ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ SPONSORING

Η σύμβαση sponsoring δεν ρυθμίζεται από το νόμο. Στο Ενοχικό Δίκαιο δεν ισχύει, όπως στο Εμπράγματο, κάποια αρχή κλειστού αριθμού των ενοχικών σχέσεων. Αντίθετα, ισχύει η βασική αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων, αρχή που θεμελιώνεται στο άρθρο ΑΚ 361 και έχει, μάλιστα, και συνταγματική περιωπή (Σ 5 παρ. 1). Η αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων αναλύεται σε τρεις ειδικότερες ελευθερίες: την ελευθερία σύναψης της σύμβασης, την ελευθερία διαμόρφωσης του περιεχομένου της σύμβασης και την ελευθερία επιλογής του αντισυμβαλλομένου.³³ Υπό αυτή τη σκοπιά, η σύμβαση sponsoring είναι μία νέα μορφή συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας, απόλυτα επιτρεπτή (ΑΚ 361), που δημιουργεί, όμως, αρκετά νομικά προβλήματα στην εφαρμογή της. Για αυτό το λόγο είναι βασικό να την εντάξουμε στις γενικότερες κατηγορίες συμβάσεων καθώς και να βρούμε κοινά στοιχεία με επώνυμες συμβάσεις, ώστε να καταλήξουμε στο ποιες διατάξεις θα πρέπει να εφαρμόζονται στις επιμέρους πτυχές της. Στο πλαίσιο αυτού του κεφαλαίου θα ερευνήσουμε και κατά πόσον η εν λόγω σύμβαση αποτελεί μεικτή σύμβαση ή όχι.

1. Ένταξη στα επιμέρους είδη συμβάσεων

Κατ' αρχήν η σύμβαση sponsoring είναι πολυμερής δικαιοπραξία καθώς στο ειδικό πραγματικό της περιέχονται οι δηλώσεις βουλήσεως δύο ή περισσότερων προσώπων, των οποίων η σύμπραξη απαιτείται για την επιχείρηση των εν λόγω δικαιοπραξιών. Είναι, λοιπόν, πολυμερής δικαιοπραξία και, μάλιστα, σύμβαση καθώς αποτελείται από δύο αντιτιθέμενες δηλώσεις βουλήσεως που η μία επικαλύπτει την άλλη ως

προς το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα. Η αντίθετη κατεύθυνση των δηλώσεων βουλήσεων εκφράζει την αντίθεση των συμφερόντων των συμβαλλομένων. Και οι δύο, όμως, συμβαλλόμενοι επιδιώκουν κοινό έννομο αποτέλεσμα, τη χρηματοδότηση του δέκτη έναντι της προβολής του χρηματοδότη. Περαιτέρω η σύμβαση sponsoring είναι δικαιοπραξία εν ζωή, καθώς επιφέρει τα αποτελέσματά της εν όλω ή εν μέρει ακόμα όσο ζουν οι δικαιοπρακτούντες, καθώς και δικαιοπραξία περιουσιακού δικαίου, γιατί με αυτήν ρυθμίζονται θέματα που ανάγονται στην περιουσιακή κατάσταση των δικαιοπρακτούντων. Ακόμα πρόκειται για μία υποσχετική δικαιοπραξία γιατί με αυτή ιδρύονται μόνο εκατέρωθεν ενοχικές υποχρεώσεις και αντίστοιχα ενοχικά δικαιώματα καθώς και για μία επιδοτική δικαιοπραξία, καθώς με αυτήν δημιουργείται ενοχικό δικαίωμα, προσπορίζεται, δηλαδή, περιουσιακό όφελος. Επίσης, έχουμε να κάνουμε με μία σύμβαση άτυπη, καθώς για την έγκυρη κατάρτισή της δεν απαιτείται τύπος (ισχύει η αρχή του ατύπου των δικαιοπραξιών - ΑΚ 158)³⁴ και συναινετική, καθώς για την ολοκλήρωσή της αρκεί συμφωνία των αντισυμβαλλομένων και δεν απαιτείται παράδοση.

2. σύμβαση διαρκής, αμφοτεροβαρής και επαχθής

Η χρονική διάρκεια της σύμβασης σπόνσορικ αποφασίζεται ελεύθερα από τα μέρη (ΑΚ 361). Συνήθως, όμως, η σύμβαση sponsoring αποτελεί σύμβαση διαρκείας. Μόνη περίπτωση που η σύμβαση sponsoring μπορεί να χαρακτηριστεί στιγμιαία σύμβαση είναι το sponsoring εκδηλώσεων, που μπορεί να αφορά μία συγκεκριμένη εκδήλωση και η χρηματοδότηση γίνεται εφάπαξ. Σε άλλες περιπτώσεις που η καταβολή του χρηματικού ποσού από το σπόνσορα γίνεται

³³ Σταθόπουλος, Γενικό Ενοχικό, σ.243επ.,

³⁴ βλ., όμως, και παραπάμω, υπό Α.8.

εφάπαξ δεν σημαίνει ότι έχουμε στιγμιαία σύμβαση, καθώς η υποχρέωση του δέκτη για προβολή του σπόνσορα μπορεί να είναι διαρκής.

Όπως έχει ήδη τονιστεί, η σύμβαση sponsoring είναι σύμβαση **αμφοτεροβαρής**, καθώς δημιουργούνται ενοχικές υποχρεώσεις σε βάρος και των δύο συμβαλλομένων με αντίστοιχα ενοχικά δικαιώματα υπέρ του καθενός από αυτούς. Στοιχεία της έννοιας των αμφοτεροβαρών συμβάσεων είναι: α. η ανταλλαγή δύο παροχών β. η κάθε παροχή αποτελεί κατά τη σύμβαση αντιστάθμισμα της άλλης³⁵ γ. οι δύο παροχές εντάσσονται σε μία ενιαία σύμβαση δ. κάθε συμβαλλόμενος μπορεί να εξαναγκάσει τον άλλο σε εκπλήρωση.

Στη σύμβαση sponsoring, λοιπόν, ως αμφοτεροβαρή δικαιοπραξία, εφαρμόζονται οι διατάξεις των άρθρων ΑΚ 374 επ. για τις αμφοτεροβαρείς δικαιοπραξίες, σε σχέση με την ανώμαλη εξέλιξη της σύμβασης.

Η σύμβαση, sponsoring, επίσης, όπως έχουμε τονίσει από την πρώτη στιγμή είναι σύμβαση **επαχθής**, καθώς η επίδοση γίνεται με αντάλλαγμα. Το αντάλλαγμα στις επαχθείς δικαιοπραξίες μπορεί να είναι χρηματικό ποσό ή οποιοδήποτε άλλο περιουσιακό όφελος.³⁶ Στην προκειμένη περίπτωση έχουμε χρηματικό ποσό συνήθως από τη μία πλευρά και προβολή που συνεπάγεται διαφήμιση και κέρδος από την άλλη πλευρά.

Το αντάλλαγμα κατ' αρχήν δεν είναι απαραίτητο να είναι αντικειμενικά ισάξιο της παροχής. Άλλωστε, η σύγκριση και η στάθμιση παροχής και

³⁵ Εάν οι δύο παροχές δεν προβλέπονται ως αντιστάθμισμα η μία της άλλης, αλλά η μία από αυτές προκύπτει εκ των υστέρων βάσει του νόμου, η σύμβαση ονομάζεται ατελώς αμφοτεροβαρής. (πχ. η σύμβαση παρακαταθήκης ΑΚ822,826). Στη σύμβαση sponsoring δεν συντρέχει τέτοια περίπτωση, καθώς έχουμε υποχρέωση προβολής του σπόνσορα από το δέκτη σε αντιστάθμισμα της υποχρέωσης χρηματοδότησης του σπόνσορα προς το δέκτη. Όπως και να έχει, το θέμα δεν έχει μεγάλη πρακτική σημασία, καθώς και στις δύο περιπτώσεις έχουμε εφαρμογή των διατάξεων των άρθρων ΑΚ374 επ. Στην περίπτωση των αμφοτεροβαρών δικαιοπραξιών έχουμε ευθεία εφαρμογή και στην περίπτωση των ατελώς αμφοτεροβαρών αναλογική εφαρμογή

³⁶ Γεωργιάδης, Γενικές Αρχές Αστικού Δικαίου, οπ.π., σ.293

αντιπαροχής στο sponsoring είναι πολλές φορές δύσκολη λόγω της φύσης των εκατέρωθεν παροχών. Αν, όμως, καταφανώς υπάρχει ανισοδυναμία παροχής και αντιπαροχής, μπορεί να έχουμε καταπλεονεκτική δικαιοπραξία κατά το άρθρο ΑΚ 179 ή δυνατότητα εφαρμογής των άρθρων ΑΚ 288 και ΑΚ 388.

3. μεικτή σύμβαση;

Η σύμβαση sponsoring, λοιπόν, είναι απόρροια της αρχής της ελευθερίας των συμβάσεων και ιδιαίτερα της ελευθερίας διαμόρφωσης του περιεχομένου. Η ελευθερία διαμόρφωσης του περιεχομένου των συμβάσεων επιτρέπει αφενός τη σύμμιξη ή τη συγχώνευση στοιχείων από διάφορες ρυθμισμένες συμβάσεις σε μια νέα ενότητα, αφετέρου την προσαρμογή και την ανανέωση των ήδη ρυθμισμένων συμβατικών τύπων σε νέες οικονομικές και τεχνολογικές συνθήκες. Στο μέτρο αυτό, η αυτονομία της βούλησης λειτουργεί ως υποκατάστατο της δύσκαμπτης νομοθετικής διαδικασίας θέτοντας σε κίνηση έναν μηχανισμό αέναης και δημιουργικής ανανέωσης.³⁷ Έχουμε, δηλαδή τις επώνυμες συμβάσεις, που ρυθμίζονται στις διατάξεις του Ειδικού Ενοχικού Δικαίου (ΑΚ 495επ.) και τις ανώνυμες συμβάσεις, που δεν ρυθμίζονται από το νόμο και τα ουσιώδη τους στοιχεία είναι τόσο ιδιόρρυθμα που δεν μπορούν να υπαχθούν σε έναν από τους ρυθμισμένους συμβατικούς τύπους. Μία τέτοια σύμβαση είναι και η σύμβαση sponsoring. Ένα ζήτημα που πρέπει να τεθεί είναι αν η σύμβαση sponsoring αποτελεί μεικτή σύμβαση. Οι μεικτές συμβάσεις, όπως φανερώνει και το όνομά τους, αποτελούν συγκερασμό στοιχείων περισσότερων συμβατικών τύπων, από τους οποίους είτε όλοι είτε ορισμένοι είναι ρυθμισμένοι στο νόμο. Η μεικτή σύμβαση παρά την

ετερογένεια των στοιχείων που τη συνθέτουν, αποβλέπει στη ρύθμιση μίας οικονομικά ενιαίας συναλλακτικής σχέσης. Υπάρχουν δύο είδη μεικτών συμβάσεων: α) οι **μεικτοτυπικές**, που αποτελούν συγκερασμό περισσότερων συμβάσεων (πχ. σύμβαση ξενοδοχειακών υπηρεσιών) και β) οι **μεικτομορφικές**: όταν τα ουσιώδη γνωρίσματα της σύμβασης συμπίπτουν μεν με αυτά ενός μόνο ρυθμισμένου συμβατικού τύπου, παράλληλα, όμως, περιέχονται στη σύμβαση και άλλα στοιχεία, τα οποία την κάνουν να αποκλίνει από τη συνήθη μορφή του ρυθμισμένου συμβατικού τύπου, στον οποίο κατά βάση υπάγεται³⁸ (σύμβαση τραπεζικής εντολής που αποκλίνει από τη συνήθη σύμβαση εντολής).

Τίθεται, λοιπόν, το ζήτημα αν η σύμβαση sponsoring αποτελεί μεικτή σύμβαση. Στην θεωρία υπάρχει διχογνωμία πάνω σε αυτό το θέμα. Σύμφωνα με μία άποψη³⁹, δεν μπορεί δογματικά να αποκλειστεί ο χαρακτηρισμός της σύμβασης ως μεικτής από το γεγονός ότι μεικτή σύμβαση είναι αυτή που αποτελεί σύνθεμα άλλων επώνυμων συμβάσεων, ενώ στο sponsoring φαίνεται να υπάρχουν και αρρυθμιστες συμβατικές σχέσεις. Σύμφωνα με την άλλη άποψη⁴⁰, σε καμία περίπτωση, δεν πρέπει να συγχέεται η σύμβαση sponsoring με το μοντέλο της μεικτής σύμβασης, καθώς η σύμβαση sponsoring αποτελεί αυτοτελή και ενιαία συμβατική διαμόρφωση που ενσωματώνει πρωτότυπη σύνθεση ρυθμισμένων και αρρυθμιστων συμβατικών σχέσεων και χαρακτηρίζεται από δογματική αυτονομία.

Η σύμβαση, sponsoring εμφανίζει συγγένεια με πολλούς ρυθμισμένους συμβατικούς τύπους, όπως με τη σύμβαση εργασίας, σύμβαση παροχής υπηρεσιών, σύμβαση μίσθωσης υπηρεσιών ή και σύμβαση έργου στην περίπτωση που συμφωνείται συμβατικά ευθύνη του δέκτη και για το

³⁷ Γεωργιάδης, Νέες Μορφές Συμβάσεων της σύγχρονης Οικονομίας, σ.3

³⁸ Γεωργιάδης, ο.π., σ.14, Σχινάς, Μικταί Συμβάσεις, σ.59

³⁹ Σινανιώτη- Μαρούδη, ο.π., σ.43, Γιαννόπουλος σε Ολυμπιακοί Αγώνες και δίκαιο, Κλαμαρή- Μπρεδήμα- Μαλάτου, σ.292

αποτέλεσμα του sponsoring. Συμφωνείται, δηλαδή, ότι ο δέκτης εγγυάται για την αύξηση των πωλήσεων του σπόνσορα. Εδώ, έχουμε, ίσως, έναν συνδυασμό σύμβασης έργου με εγγυοδοτική σύμβαση. Πάντως, μία τέτοια συμφωνία, μάλλον, θα προσκρούει σε διατάξεις, όπως, ΑΚ 179, αρ.2 ν. 2251/1994.

Όπως βλέπουμε, η σύμβαση sponsoring συγκεντρώνει στοιχεία διάφορων συμβατικών τύπων, χωρίς βέβαια να ταυτίζεται απόλυτα με κανέναν από αυτούς τους συμβατικούς τύπους. Πιστεύω, ότι θα μπορούσε να χαρακτηριστεί μεικτή σύμβαση και συγκεκριμένα να ενταχθεί στην κατηγορία των μεικτομορφικών συμβάσεων.

Σχετικά με το ποιες διατάξεις εφαρμόζονται στις μεικτές συμβάσεις όσον αφορά τα ειδικότερα ζητήματα που μπορεί να προκύψουν έχουν διατυπωθεί διάφορες απόψεις. Αρχικά, διατυπώθηκε η **θεωρία της απορρόφησης**, κατά την οποία επικρατεί η << κυρίαρχη >> συμβατική παροχή, η οποία απορροφά τις άλλες παροχές της σύμβασης. Υποστηρίζεται, επίσης, η **θεωρία του συνδυασμού**. Κατ' εφαρμογή της θεωρίας αυτής, η μεικτή σύμβαση αναλύεται στα συνθετικά της στοιχεία, κυρίως στις εκάστοτε παροχές που αποτελούν το περιεχόμενό της. Σύμφωνα με το συμβατικό τύπο στον οποίο υπάγεται η κάθε παροχή ανάλογα με τη φύση της, το νομικό καθεστώς της μεικτής σύμβασης αποτελεί συνδυασμό ρυθμίσεων διάφορων συμβατικών τύπων. Η θεωρία αυτή, που στηρίζεται στην αρχή της διατήρησης της οικονομικής ενότητας της μεικτής σύμβασης, είναι ορθή όσον αφορά τις μεικτοτυπικές συμβάσεις, στις οποίες η φύση των επιμέρους παροχών είναι τέτοια, ώστε να επιτρέπει την απ' ευθείας εφαρμογή διατάξεων από διάφορους συμβατικούς τύπους. Δεν ισχύει το ίδιο, όμως, για τις μεικτομορφικές συμβάσεις, όπως είναι η σύμβαση sponsoring. Εδώ οι οφειλόμενες παροχές εμφανίζουν ιδιομορφία και είναι αδύνατη η σαφής

⁴⁰ Χελιδόνης, ο.π., σ.595

υπαγωγή τους σε έναν από τους ρυθμιζόμενους τύπους παροχών. Στις μεικτομορφικές, λοιπόν, συμβάσεις τη λύση μπορεί να δώσει η **θεωρία της ανάλογης εφαρμογής του δικαίου**⁴¹. Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή οι ρυθμίσεις που προβλέπονται για έναν ορισμένο συμβατικό τύπο μπορούν να εφαρμοστούν ανάλογα σε έναν άλλο συμβατικό τύπο. Αυτό γίνεται δεκτό, καθώς τα ζητήματα που ρυθμίζονται από το νόμο σε σχέση με έναν συμβατικό τύπο είναι δυνατό να εμφανίζονται με την ίδια μορφή και ένταση και σε άλλες παρεμφερείς συμβάσεις. Η ομοιότητα της προβληματικής επιβάλλει την ομοιότητα λύσεων, έστω και αν ο νομοθέτης συνδέει τη σύλληψη και λύση ενός ορισμένου προβλήματος πάντα με έναν ορισμένο συμβατικό τύπο.⁴²

Έτσι, λοιπόν, στη σύμβαση *sponsoring* μπορούμε να εφαρμόσουμε, σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, αναλογικά διατάξεις που εφαρμόζονται σε άλλους συμβατικούς τύπους όπως στη σύμβαση εργασίας, στη σύμβαση μίσθωσης και στη σύμβαση παροχής υπηρεσιών. Για παράδειγμα μπορούμε να κάνουμε δεκτό δικαίωμα καταγγελίας των μερών λόγω σπουδαίου λόγου κατ' αναλογίαν της σύμβασης εργασίας ή της σύμβαση μίσθωσης.

4. υπάλληλες συμβάσεις, σύμβαση πλαίσιο

Η σύμβαση *sponsoring* για να πραγματοποιηθεί απαιτεί να συντελεστούν και κάποιες άλλες συμβάσεις, ώστε να εκπληρωθούν οι υποχρεώσεις των μερών, κυρίως σε ό,τι αφορά την υποχρέωση του σπόνσορα. Έτσι, σε περίπτωση που έχει συμφωνηθεί ο σπόνσορας να παρέχει στον δέκτη εξοπλισμό ή άλλα υλικά αγαθά απαιτείται να συντελεστούν μεταβιβαστικές συμβάσεις για το κάθε πράγμα. Σε

⁴¹ Σχινάς, Μικταί συμβάσεις, σ.58επ, ο ίδιος, ΝοB 10, 121

⁴² Γεωργιάδης, Νέες Μορφές Συμβάσεων. σ.21

περίπτωση που ο σπόνσορας παραμένει κύριος των πραγμάτων, τότε θα καταρτιστούν συμβάσεις χρησιδανείου ή παραχώρησης χρήσης. Όλες αυτές οι συμβάσεις γίνονται προς εκπλήρωση της σύμβασης sponsoring και λέγονται *υπάλληλες- εξυπηρετικές συμβάσεις ή εκτελεστικές συμβάσεις*. Οι συνηθέστερες μορφές υπάλληλων εξυπηρετικών συμβάσεων, με τις οποίες διευκολύνεται η εκπλήρωση των επιμέρους παροχών στο sponsoring είναι οι ακόλουθες:

α) **το προμηθευτικό σύμφωνο**: Σε αυτή την περίπτωση που εμπεριέχει στοιχεία πώλησης ή ανταλλαγής ο σπόνσορας έχει σκοπό να μεταβιβάσει την κυριότητα του εξοπλισμού στο δέκτη. Σε περίπτωση που ο σπόνσορας έχει ήδη στην κυριότητά του τον εξοπλισμό τότε η μεταβίβαση θα έχει το χαρακτήρα πώλησης ή δωρεάς. Όταν, ο σπόνσορας δεν διαθέτει το σχετικό εξοπλισμό, πράγμα που είναι το συνήθως συμβαίνουν, τον προμηθεύεται με γνήσια ή μη γνήσια σύμβαση υπέρ του δέκτη. Έχουμε δηλαδή τη δημιουργία μίας τριμερούς σχέσης. Ο σπόνσορας συνάπτει μία σύμβαση πώλησης με τον προμηθευτή (ΑΚ 513) και παράλληλα μία σύμβαση υπέρ τρίτου (γνήσια ή μη γνήσια- ΑΚ 410 επ.) Στην περίπτωση αυτή, γίνεται λόγος για «**προμηθευτικό σύμφωνο**» μεταξύ του σπόνσορα και του δέκτη, με βάση το οποίο ο πρώτος υλοποιεί την υποχρέωσή του από τη βασική σχέση sponsoring.⁴³ Όποτε, έχουμε τη σύμβαση sponsoring ως σχέση κάλυψης και το προμηθευτικό σύμφωνο ως σχέση αξίας. Το συγκεκριμένο σύμφωνο, ως σχέση αξίας, δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση γνήσια σχέση πώλησης, καθώς η παράδοση της κατοχής των αγορασθέντων πραγμάτων γίνεται προς διευκόλυνση της εκδήλωσης και όχι με συναλλακτικό σκοπό. Συνεπώς, σε περίπτωση πραγματικών ή νομικών ελαττωμάτων αποκλείεται η εφαρμογή των διατάξεων των ΑΚ 513 επ. Προκύπτει,

λοιπόν, το θέμα της προστασίας του δέκτη σε αυτήν την περίπτωση. Πρέπει να γίνει δεκτή δυνατότητα του δέκτη να ασκήσει απευθείας τις αξιώσεις του σπόνσορα κατά του προμηθευτή είτε στα πλαίσια δικαστικής πληρεξουσιότητας, είτε στα πλαίσια εκχώρησης των απαιτήσεων ως περιελθόν κατά το ΑΚ 338 , είτε στα πλαίσια γνήσιας σύμβασης υπέρ τρίτου.⁴⁴

β) το εξοπλιστικό σύμφωνο:

Συνηθέστερη περίπτωση είναι αυτή του εξοπλιστικού συμφώνου, κατά το οποίο ο σπόνσορας παραχωρεί τη χρήση του εξοπλισμού στον δέκτη με μίσθωση (ΑΚ 574επ.) ή χρησιδάνειο (ΑΚ 810 επ.). Στην περίπτωση αυτή δεν δημιουργούνται ιδιαίτερα προβλήματα ως προς την περίπτωση που έχουμε πραγματικά ελαττώματα. Οι ομοιότητες αυτών των συμβατικών τύπων με τη σύμβαση sponsoring (απουσία παρεμβολής τρίτου προσώπου, διαρκής χαρακτήρας των συμβάσεων) επιβάλλουν την αναλογική εφαρμογή των διατάξεων ΑΚ 576 επ. και ΑΚ 812. Έτσι, ο σπόνσορας κατά την ΑΚ 594 έχει δικαίωμα καταγγελίας, όχι μόνο της υπάλληλης σύμβασης μίσθωσης, αλλά και της σύμβασης σπόνσορινγκ, σε περίπτωση που ο δέκτης δεν χρησιμοποιεί το μίσθιο με επιμέλεια.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι κάθε κλασική συμβατική μορφή του ΑΚ μπορεί να καταστεί αντικείμενο της παροχής του χορηγού. Στις περιπτώσεις αυτές έχουμε ευθεία συνομολόγηση της αντίστοιχης υπάλληλης σύμβασης, της οποίας το νομικό πλαίσιο μεταφέρεται αναλογικά και στη σύμβαση sponsoring.⁴⁵

Έτσι, η σύμβαση sponsoring ρυθμίζει τις βασικές υποχρεώσεις των μερών, ενώ για την εκπλήρωση αυτών των υποχρεώσεων είναι αναγκαίο

⁴³ Χελιδόνης, οπ.π., σ.596

⁴⁴ Χελιδόνης, οπ.π., σ.597

να συναφθούν άλλες υπάλληλες ή εκτελεστικές συμβάσεις. Πρόκειται, λοιπόν, για μία **σύμβαση πλαίσιο ή σύμβαση μανδύα**.⁴⁶

5. σύμβαση πρακτορείας sponsoring

Πολύ συχνά παρεμβάλλεται κάποιος τρίτος και υποδεικνύει σε εταιρείες ενδεχόμενους δέκτες χορηγίας. Έτσι έχουμε την κατάρτιση μίας σύμβασης πρακτορείας sponsoring. Η μορφή αυτή είναι αρκετά διαδεδομένη στο εξωτερικό. Στην περίπτωση αυτή, λοιπόν, εφαρμόζονται οι διατάξεις της σύμβασης μεσιτείας (ΑΚ 703 επ.). Έτσι, σύμφωνα με το άρθρο ΑΚ 703 ο σπόνσορας οφείλει αμοιβή στο μεσίτη μόνο εφόσον καταρτιστεί η σύμβαση sponsoring συνεπεία της μεσολάβησης του πράκτορα. Απαιτείται, δηλαδή, αιτιώδης συνάφεια ανάμεσα στη μεσολάβηση του πράκτορα και στη κατάρτιση της σύμβασης sponsoring. Αν καταρτίστηκε προσύμφωνο αλλά η οριστική σύμβαση ματαιώθηκε, οφείλεται μόνο η μισή αμοιβή (ΑΚ 703 εδ. β). Σε σχέση με τις δαπάνες του μεσίτη, αυτές καταβάλλονται, εφόσον υπάρχει σχετική συμφωνία, ακόμα και αν τελικά δεν καταρτίστηκε η σύμβαση. Κατά το ΑΚ 707, άλλωστε, αν η συμφωνημένη αμοιβή είναι δυσανάλογα μεγάλη, μειώνεται από το δικαστήριο στο μέτρο που αρμόζει, με αίτηση του οφειλέτη. Στη σύμβαση μεσιτείας μπορεί να προκύψουν και υποχρεώσεις που απορρέουν από την καλή πίστη (ΑΚ 288) και δικαιολογούνται από τον εμπιστευτικό χαρακτήρα της σύμβασης. Το περιεχόμενό τους μπορεί να ποικίλλει από περίπτωση σε περίπτωση. (πχ. υποχρέωση του εντολέα να γνωστοποιεί στο μεσίτη ότι έπαψε να ενδιαφέρεται ή ότι κατήρτισε ήδη τη σύμβαση ύστερα από υπόδειξη άλλου μεσίτη.) Παράβαση αυτών των υποχρεώσεων μπορούν

⁴⁵ Χελιδόνης, οπ.π., σ.598

⁴⁶ Γεωργιάδης, Γενικές Αρχές Αστικού Δικαίου, οπ.π., σ. 352

να οδηγήσουν σε ευθύνη των μερών κατά τις διαπραγματεύσεις (ΑΚ 197-198) ή υπό προϋποθέσεις και σε εφαρμογή του ΑΚ 919.

Σε περίπτωση που η παροχή του πράκτορα δεν περιορίζεται στην απλή υπόδειξη ή μεσολάβηση για σύναψη σύμβασης, αλλά περιλαμβάνει και την παροχή πρόσθετων πληροφοριών με καταβολή ανταλλάγματος, έχουμε να κάνουμε με **σύμβαση διεξαγωγής ξένης υπόθεσης**. Εδώ, ο πράκτορας αναλαμβάνει την υποχρέωση να αποκαταστήσει τυχόν δαπάνες σύμφωνα με το άρθρο ΑΚ 722.⁴⁷

Γ. ΡΗΤΡΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΣΥΜΒΑΣΗ SPONSORING

1. γενικά για τις ρήτρες

Πολύ συνηθισμένο φαινόμενο είναι ο σπόνσορας να βάζει ορισμένες ρήτρες στη σύμβαση προκειμένου να εξασφαλίσει τον σκοπό που επιδιώκει με τη σύμβαση, δηλαδή την προβολή του στο ευρύ κοινό.

Οι πιο συνηθισμένες ρήτρες που συναντώνται στις συμβάσεις sponsoring είναι οι ακόλουθες:

α. ρήτρα αποκλειστικότητας

Προκειμένου ο σπόνσορας να εξασφαλίσει μόνο τη δική του προβολή από τη δραστηριότητα του δέκτη και όχι την παράλληλη προβολή κάποιου άλλου σπόνσορα, συχνά με ρήτρα στη σύμβαση, απαγορεύει

στο δέκτη να συνάψει οποιαδήποτε άλλη σύμβαση sponsoring. Τίθεται, λοιπόν, το ζήτημα κατά πόσον μία τέτοια ρήτρα είναι νόμιμη. Εκ πρώτης όψεως, φαίνεται να προσκρούει στα άρθρα ΑΚ 178 και ΑΚ 179, ως καταπλεονεκτική. Σύμφωνα με την κρατούσα άποψη στη θεωρία⁴⁸, η ρήτρα αποκλειστικότητας είναι σε κάθε περίπτωση άκυρη με την εξαίρεση της περίπτωσης που αναφέρεται σε απαγόρευση σύναψης άλλης σύμβασης sponsoring με εταιρία που δραστηριοποιείται στον ίδιο επιχειρηματικό τομέα με τον μοναδικό σπόνσορα. Έτσι, για παράδειγμα η εταιρία αθλητικών ειδών ADIDAS, θα μπορούσε να αποκλείσει τη σύναψη οποιαδήποτε άλλης σύμβασης sponsoring με άλλη εταιρία αθλητικών ειδών. Άλλωστε, κάτι διαφορετικό θα ήταν αντίθετο με τη νομοθεσία περί αθέμιτου ανταγωνισμού. Έτσι, ακόμα και στην περίπτωση που ελλείπει αυτή η ρήτρα, ενδεχομένως, η δεύτερη σύμβαση sponsoring που συνάπτει ο δέκτης με έναν άλλο σπόνσορα που δραστηριοποιείται στο ίδιο πεδίο οικονομικής δραστηριότητας να αντίκειται στο άρθρο 1 του ν. 146/14 περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

β. ρήτρα ευπρεπούς συμπεριφοράς

Η ρήτρα αυτή αποτελεί ειδικότερη εκδήλωση της γενικότερης αρχής της καλόπιστης εκπλήρωσης της παροχής που καθιερώνεται από το ΑΚ 288.⁴⁹ Έτσι, ο δέκτης αναλαμβάνει την υποχρέωση να απέχει από αρνητικές δηλώσεις κατά του δέκτη και γενικά να απέχει από οποιαδήποτε συμπεριφορά που θα μπορούσε να βλάψει τον σπόνσορα. Όπως είδαμε, ο σπόνσορας αποβλέπει στην καλή φήμη του δέκτη, στο λεγόμενο **image**, εκμεταλλευόμενος το οποίο, θα μπορεί και ο ίδιος να

⁴⁷ Σιναιώτη- Μαρούδη, ο.π., σ.47

⁴⁸ Σιναιώτη- Μαρούδη, ο.π., σ.49, Weiland, OLG Frankfurt(Εφετείο Φρανκφούρτης), NJW-RR 1986, 716, Palandt, παρ.137,αρ.4, Χελιδόνης

⁴⁹ Σιναιώτη- Μαρούδη, ο.π., σ 49

προβληθεί. Σε περίπτωση που με ανάρμοστες συμπεριφορές του δέκτη, αυτή η καλή φήμη μεταβληθεί, τότε ο σπόνσορας, όχι μόνο δεν θα ωφεληθεί από τη σύμβαση sponsoring, αλλά θα επέλθει το αντίθετο αποτέλεσμα. Έτσι, μία ρήτρα που απαγορεύει στον δέκτη κάποιες ακραίες συμπεριφορές είναι κατ' αρχήν έγκυρη καθώς συμβιβάζεται με την ίδια τη φύση και τη λογική της σύμβασης sponsoring. Πάντως, πρέπει πάντα τέτοιες ρήτρες να ελέγχονται με προσοχή γιατί πάντα θα βρίσκονται από τη φύση τους στα όρια της εγκυρότητας. Έτσι, σε κάθε περίπτωση ο σπόνσορας θα μπορούσε να απαγορεύσει στο δέκτη την τέλεση αξιόποινων πράξεων και ορισμένων νόμιμων που βρίσκονται στα όρια της ηθικής. Δύσκολα, όμως, θα μπορούσε να απαγορεύσει την τέλεση νόμιμων πράξεων ακόμα και αν δεν είναι οι πλέον κοινωνικά αποδεκτές (πχ. απαγόρευση σε νεαρή τραγουδίστρια της διατήρησης δεσμού με κατά πολύ μεγαλύτερό της άνδρα). Σε περίπτωση που η ρήτρα ευπρεπούς συμπεριφοράς έχει τεθεί αφηρημένα χωρίς περαιτέρω εξειδίκευση, πρέπει να ερμηνεύεται προς αυτή την κατεύθυνση.

γ. ρήτρες μη ανταγωνισμού

Τέτοιες ρήτρες απαγορεύουν στο δέκτη του sponsoring να προβάλλει έστω και παρεμπιπτόντως άλλες εταιρίες που δρουν στο ίδιο πεδίο συναλλακτικής και εμπορικής δράσης. Είναι χαρακτηριστική η υπόθεση Kemp εναντίον Reebok⁵⁰, όπου η αθλητική εταιρία έλυσε το συμβόλαιο του αθλητή μετά από δήλωσή του υπέρ προϊόντων της ανταγωνιστικής εταιρίας Nike.⁵¹

δ. ρήτρες δωσιδικίας και προσδιορισμού εφαρμοστέου δικαίου

⁵⁰ www.sportlawnews.com

⁵¹ Παναγιωτόπουλος, οπ.π., σ.545, υποσ. 100

Τέτοιες ρήτρες συνήθως θα προκύπτουν όταν έχουμε sponsoring με στοιχεία αλλοδαπότητας, πράγμα πολύ συνηθισμένο στο αθλητικό sponsoring. Επίσης, δεν αποκλείεται να έχουμε ρήτρα διαιτησίας.

2.Νομιμότητα ρητρών- εφαρμογή του αρ.2 ν.2251/1994

Είδαμε παραπάνω διάφορες συνηθισμένες ρήτρες στις συμβάσεις sponsoring και σε ποιο βαθμό μπορούν να θεωρούνται έγκυρες. Πάντα πρέπει να ερευνούμε βάσει των άρθρων ΑΚ 178- 179 αν οποιαδήποτε ρήτρα που τίθεται είναι άκυρη. Έτσι, για παράδειγμα, άκυρη θα πρέπει να θεωρηθεί ρήτρα που υποχρεώνει σε κάθε του δημόσια εμφάνιση, ο δέκτης να κάνει δηλώσεις υπέρ του σπόνσορα ή να φοράει ρούχα της εταιρίας του σπόνσορα.

Στις ρήτρες του sponsoring μπορούν επίσης να τύχουν εφαρμογής οι ρυθμίσεις του αρ.2 ν. 2251/1994. Ο νόμος για την προστασία του καταναλωτή (ν.2251/1994) στο αρ.2 ρυθμίζει το θέμα των γενικών όρων των συναλλαγών (Γ.Ο.Σ.). Στο αρ.2 παρ.1 έχουμε την έννοια των Γ.Ο.Σ. που ορίζονται ως οι συμβατικοί όροι που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων. Εννοιολογικά χαρακτηριστικά των Γ.Ο.Σ. επομένως είναι: α) συμβατικοί όροι β) μονομερής προδιατύπωση γ) προσδιορισμός για πολλαπλή ομοιόμορφη χρήση. Εφόσον έχουμε μία *απροσδόκητη ρήτρα*, δηλαδή έναν όρο που δεν είναι συνήθης στο συγκεκριμένο τόπο και επιπλέον βρίσκεται κρυμμένος μέσα στο σύνολο των ΓΟΣ, ώστε ο πελάτης να μην μπορεί να πιθανολογήσει την ύπαρξή του (απροσδόκητη ρήτρα) είναι αναγκαία ιδιαίτερη υπόδειξη. Σε περίπτωση που αυτή δεν γίνει, η συγκεκριμένη ρήτρα δεν εντάσσεται καν στη

σύμβαση.⁵² Με το αρ.2 παρ 6,7 του ν.2251/1994 επιτυγχάνεται ο έλεγχος του περιεχομένου των ΓΟΣ. Έτσι, στο αρ.2 παρ.6 έχουμε μία γενική ρήτρα που οδηγεί στην ακυρότητα των όρων που έχουν ως αποτέλεσμα τη διατάραξη της ισοροπίας των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων σε βάρος του καταναλωτή. Στο αρ. 2 παρ. 7 παρατίθεται ένας ενδεικτικός κατάλογος περιπτώσεων ακυρότητας γενικών όρων συναλλαγών. Σύμφωνα με την άποψη που επικρατεί, οι απαριθμούμενοι στην παρ. 7 όροι θεωρούνται *per se, ex lege* άκυροι χωρίς να απαιτείται η έρευνα των προϋποθέσεων της γενικής ρήτρας.

Έτσι, λοιπόν, στην περίπτωση της σύμβασης *sponsoring*, ο σπόνσορας πολύ συχνά βρίσκεται σε μία πλεονεκτική σχέση απέναντι στον δέκτη και έχει τη δυνατότητα να επιβάλλει μονομερώς όρους στο δέκτη, χωρίς ο δεύτερος να έχει τη δυνατότητα να τους διαπραγματευτεί. Οι έννοιες προμηθευτή και καταναλωτή στο αρ.2 ν.2251/1994 νοούνται ευρέως και, συνεπώς, μπορούν να υπαχθούν σε αυτές ο σπόνσορας και ο δέκτης και, άρα, να τύχουν εφαρμογής στη σύμβαση *sponsoring* οι διατάξεις του ν. 2251/1994. Συνεπώς, ο δέκτης της χορηγίας μπορεί να προστατευτεί απέναντι σε ρήτρες του σπόνσορα που έχουν διατυπωθεί μονομερώς με το αρ.2 ν.2251/1994.

⁵² Καράκωστας, Προστασία του καταναλωτή Ν.2251/1994, Εκδ.Σάκκουλα 2002, σ.67

Δ. ΛΥΣΗ- ΑΝΩΜΑΛΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

1. ΛΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ SPONSORING

λόγοι λύσης:

α. παρέλευση χρονικής διάρκειας σύμβασης

Αυτό που συμφωνείται συνήθως στις συμβάσεις sponsoring είναι να έχουν αυτές μία ορισμένη χρονική διάρκεια. Η σύμβαση sponsoring, δηλαδή, έχει συνήθως τη μορφή διαρκούς σύμβασης ορισμένου χρόνου. Η διάρκεια που συμφωνείται ποικίλλει. Όταν, πάντως, παρέλθει το χρονικό διάστημα που έχει συμφωνηθεί, η σύμβαση sponsoring λύεται. Η σύμβαση λύεται για το μέλλον και η σχέση μετατρέπεται σε σχέση εκκαθάρισης. Παύει, έτσι ο σπόνσορας να οφείλει στήριξη στο δέκτη και ο δέκτης να έχει υποχρέωση προβολής του σπόνσορα. Τα μέρη, όμως, υποχρεούνται να αποδώσουν ό,τι οφείλεται ακόμα από τη σύμβαση και δεν έχει εκπληρωθεί. Η υποχρέωση αυτή στηρίζεται στο ΑΚ 287 και στις διατάξεις για τον αδικαιολόγητο πλουτισμό.

β. θάνατος του δέκτη, θέση σε εκκαθάριση της εταιρίας sponsoring

Κατά κανόνα ο θάνατος ενός από τους συμβαλλομένους δεν επιφέρει τη λύση της συμβάσεως καθώς στη θέση τους υπεισέρχονται ex lege οι κληρονόμοι τους. Κατ' εξαίρεση όμως ο θάνατος λειτουργεί ως αποσβεστικός λόγος της ενοχής στις περιπτώσεις που κάποιο ή και τα δύο συμβαλλόμενα μέρη απέβλεψαν στις προσωπικές ικανότητες και ιδιότητες του άλλου ή εν γένει στην προσωπικότητά του (για παράδειγμα προσωποπαγείς σχέσεις, σχέσεις εμπιστοσύνης, βλ. και ΑΚ 840 παρ.1εδ β, ΑΚ 675 παρ 1, ΑΚ 701 εδ α, ΑΚ 726 εδ α). Ο θάνατος , λοιπόν, του δέκτη σε κάθε περίπτωση επιφέρει τη λύση του sponsoring. Το sponsoring είναι μία σύμβαση προσωποπαγής που αποβλέπει στο

συγκεκριμένο πρόσωπο του δέκτη. Σε καμία περίπτωση, λοιπόν, δεν μπορεί να κληρονομηθεί ή να μεταβιβαστεί εν ζωή η ιδιότητα του δέκτη. Ο θάνατος του σπόνσορα, στην τελείως εξαιρετική περίπτωση που έχουμε φυσικό πρόσωπο ως σπόνσορα δεν επιφέρει κατ' αρχήν απαραίτητα τη λύση της σύμβασης sponsoring. Το ίδιο και η θέση της εταιρείας σε εκκαθάριση. Η σύμβαση, όμως, πλέον καθίσταται άνευ περιεχομένου. Τι νόημα θα έχει να προβάλλει ο δέκτης ένα άτομο που δεν υπάρχει πια ή μία εταιρεία που έχει διαλυθεί. Έτσι, λοιπόν, τόσο σε περίπτωση θανάτου του δέκτη όσο και σε περίπτωση θέσης σε εκκαθάριση της εταιρείας του σπόνσορα, πρέπει να γίνει δεκτό ότι επέρχεται λύση της συμβατικής σχέσης για το μέλλον και συνακόλουθη μετατροπή της σε σχέση εκκαθάρισης. Ωστόσο, επειδή η αυτοδίκαιη λύση της σύμβασης σε περίπτωση θανάτου, ιδίως του σπόνσορα, θα μπορούσε να δημιουργήσει σειρά προβλημάτων ίσως θα ήταν ορθότερο και ελλείψει νομοθετικής ρύθμισης να γίνει δεκτό ότι ο θάνατος του σπόνσορα μπορεί να στοιχειοθετήσει σπουδαίο λόγο καταγγελίας⁵³ της σύμβασης εκ μέρους του δέκτη. Σκόπιμο κρίνεται τέτοια θέματα να ρυθμίζονται από τη σύμβαση.

γ. απρόοπτη μεταβολή των συνθηκών (ΑΚ 388)- αδυναμία παροχής

Αυτή την περίπτωση μπορεί να τη συναντήσουμε κυρίως στο sponsoring εκδηλώσεων. Έτσι, ας σκεφτούμε το ακόλουθα παραδείγματα:

- η τάδε επιχείρηση έχει συμφωνήσει με τους διοργανωτές ενός φεστιβάλ της Επιδάουρου ότι θα χρηματοδοτήσουν την εκδήλωση με αντάλλαγμα την υποχρέωση προβολής τους από τους διοργανωτές. (σύμβαση sponsoring). Ξαφνικά, αντίθετα στις μετεωρολογικές προβλέψεις ξεσπάει καταιγίδα και ακολουθεί πλημμύρα με τρομερές

⁵³ βλ. κατωτέρω

καταστροφές ή γίνεται σεισμός 8 ρίχτερ. Το φεστιβάλ αναγκαστικά ματαιώνεται.

- Η εταιρεία αθλητικών ειδών συμφωνεί με τον αθλητή στίβου χ να τον χρηματοδοτεί με αντάλλαγμα την υποχρέωση αυτού για προβολή της εταιρίας μέσα από τις αγωνιστικές δραστηριότητές του (σύμβαση sponsoring). Ο αθλητής αυτός μένει ανάπηρος μετά από αεροπορικό δυστύχημα. Δεν μπορεί να ξανααγωνιστεί.

Ερωτάται, λοιπόν, πώς θα αντιμετωπιστούν αυτές οι περιπτώσεις.

Τη λύση, νομίζω, θα μπορούσε να δώσει, ενδεχομένως, το ΑΚ 388. Η διάταξη αυτή αποτελεί μία από τις βασικότερες και πιο ρηξικέλευθες του ΑΚ. Ξεκινώντας από την αρχή του απαραβίαστου των συμβατικών σχέσεων, η διάταξη προβλέπει υπό όρους την υποχώρηση της αρχής αυτής, αναγνωρίζοντας τη δυνατότητα συμβατικής λύσης ή αναθεώρησης αμφοτεροβαρούς σύμβασης σε περίπτωση απρόοπτης μεταβολής των συνθηκών και ανατροπής της ισοροπίας παροχής και αντιπαροχής.⁵⁴ Προϋποθέσεις εφαρμογής της διάταξης είναι:⁵⁵ α) αμφοτεροβαρής σύμβαση β) μεταβολή συνθηκών (συγκεκριμένα μεταβολή εκείνων των περιστατικών επί των οποίων τα μέρη στήριξαν τη σύναψη της σύμβασης.- συνδυασμός αντικειμενικών και υποκειμενικών κριτηρίων)

γ) ύστερη μεταβολή των συνθηκών δ) λόγοι έκτακτοι και απρόβλεπτοι

ε) υπέρμετρα επαχθής παροχή

Βλέπουμε ότι για το σπόνσορα η παροχή στις παραπάνω περιπτώσεις γίνεται υπέρμετρα δυσβάσταχτη και πληρούνται και οι υπόλοιπες προϋποθέσεις του ΑΚ 388. Αποκτά, λοιπόν, ο σπόνσορας το διαπλαστικό δικαίωμα να ζητήσει τη δικαστική λύση ή αναπροσαρμογή της σύμβασης. Ο δικαστής μπορεί να αποφασίσει την ολική ή και

⁵⁴ Σταθόπουλος, Γενικό Ενοχικό δίκαιο

⁵⁵ Σταθόπουλος, ο.π., σ.508

μερική λύση της σύμβασης. Η δικονομική διάπλαση θα ισχύει για το μέλλον. Πρέπει, πάντως, να τονιστεί ότι αυτή η διάταξη είναι τελείως εξαιρετική και πρέπει πάντα να ερευνάται η πλήρωση των προϋποθέσεων της καθώς τέτοιες περιπτώσεις θα συνιστούν συνήθως **απλή ανυπαίτια αδυναμία παροχής**. Δεν αποκλείεται, μάλιστα, να έχουμε οριακή περίπτωση μεταξύ αδυναμίας παροχής και υπερημερίας οφειλέτη πχ. sponsoring διοργάνωσης αγώνων ιστιοπλοΐας, αλλά απαγόρευση διεξαγωγής των αγώνων λόγω μποφόρ. Σύμφωνα με τη *θεωρία των σφαιρών*⁵⁶, αν τα εμπόδια ανάγονται στο πρόσωπο και γενικότερα στη σφαίρα επιρροής του δανειστή, γίνεται δεκτή υπερημερία δανειστή. Σε κάθε άλλη περίπτωση, η ανωμαλία θεωρείται αδυναμία παροχής. Σύμφωνα με τη *θεωρία του επιχειρηματικού κινδύνου*⁵⁷, επιρρίπτεται στον εργοδότη το βάρος για κάθε τυχαίο περιστατικό. Στη σύμβαση sponsoring η θέση του σπόνσορα προσομοιάζει τρόπον τινά με αυτήν του εργοδότη. Ο λόγος, όμως, που υποστηρίχτηκε αυτή η θεωρία είναι ότι ο εργοδότης έχει την ευθύνη της οργάνωσης και της λειτουργίας της επιχείρησής του, την υποχρέωση πρόνοιας για τους εργαζομένους και συγχρόνως αποκομίζει τα οφέλη από τη λειτουργία αυτή. Κάτι τέτοιο, όμως, δεν ισχύει στην περίπτωση του σπόνσορα. Ο σπόνσορας, συνήθως, δεν συνδέεται με την οργάνωση ή τη διεξαγωγή του εγχειρήματος και τα οφέλη που αποκομίζει είναι έμμεσα- μακροπρόθεσμα. Άρα, η θεωρία αυτή δύσκολα μπορεί να τύχει εφαρμογής στη σύμβαση σπόνσορικ.

Συνήθως, πάντως, πρέπει να γίνεται δεκτή αδυναμία παροχής, της οποίας η έννοια περιλαμβάνει τόσο την αδυναμία προσφοράς όσο και την αδυναμία αποδοχής⁵⁸.

⁵⁶ Σταθόπουλος, οπ.π., σ.462

⁵⁷ Σταθόπουλος οπ.π, Τραυλός- Τζανετάκος, Απεργία και κίνδυνος λειτουργίας της εκμετάλλευσης, 1980.

⁵⁸ Αναλυτικά για το θέμα αυτό βλ. Σταθόπουλο, οπ.π., σ.461επ.

δ. άλλοι λόγοι λύσης:

Σε λύση της σύμβασης sponsoring μπορούν να οδηγήσουν και άλλοι λόγοι , όπως η αντισυμφωνία (ΑΚ 361), η πλήρωση διαλυτικής αίρεσης (ΑΚ 202), η υπαναχώρηση (ΑΚ 389 επ.), η ανανέωση (ΑΚ 436 επ.).

ε. καταγγελία

Συνήθως στο έγγραφο της σύμβασης επιφυλάσσεται στα μέρη το δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης sponsoring. Ακόμα, όμως, και στην περίπτωση που τέτοιο δικαίωμα δεν προβλέπεται από τη σύμβαση, πρέπει να γίνει δεκτό ότι στη σύμβαση sponsoring, ως σχέση διαρκής ορισμένου συνήθως ή και αορίστου χρόνου, το δικαίωμα καταγγελίας πρέπει να αγνωρίζεται στο μέρη, κατ' αναλογία με τις άλλες διαρκείς συμβατικές σχέσεις που ρυθμίζονται από το δίκαιο. (βλ. ΑΚ 585, ΑΚ 672, ΑΚ 725, ΑΚ 766, ΑΚ 797)⁵⁹.

Όπως είναι γνωστό η καταγγελία διακρίνεται σε δύο είδη: την τακτική (αναιτιολόγητη) στις διαρκείς συμβάσεις αορίστου χρόνου και στην έκτακτη (αιτιολογημένη) στις διαρκείς συμβάσεις ορισμένου χρόνου.

- τακτική καταγγελία:

Σε περίπτωση που έχουμε σύμβαση sponsoring αορίστου χρόνου υπάρχει για καθένα από τα συμβαλλόμενα μέρη δυνατότητα λήξης της σύμβασης με την άσκηση τακτικής καταγγελίας χωρίς την προβολή λόγων. Καλό θα είναι να συμφωνείται ως προϋπόθεση άσκησης του δικαιώματος τακτικής καταγγελίας η συμπλήρωση ενός ελάχιστου χρόνου διάρκειας της σύμβασης, καθώς η ένταση της συνεργασιακής σχέσης απαιτεί και από τις δύο πλευρές μακροπρόθεσμες διαθέσεις, το

⁵⁹ Γεωργακόπουλος, Το δίκαιον των διαρκών ενοχών, σ.170επ.

έδαφος των οποίων δεν επιτρέπεται να απομακρύνεται με πρόωρες καταγγελίες. Και τα δύο μέρη έχουν συχνά λάβει πιστώσεις με μεγάλη διάρκεια, έχουν προβεί σε δαπανηρές αγορές μηχανημάτων και εκτάσεων, έχουν με άλλα λόγια αναλάβει μεγάλες τόσο σε έκταση όσο και σε διάρκεια δεσμεύσεις. Χρειάζονται, λοιπόν, ένα minimum χρόνου προκειμένου να μπορέσουν να αποσβέσουν τις επενδύσεις τους. Σκόπιμο, κρίνεται, λοιπό, να έχει προβλεφθεί μία ελάχιστη συμβατική διάρκεια της σύμβασης 2-4 έτη. Σε περίπτωση που έχει προβλεφθεί πολύ μεγαλύτερη ελάχιστη διάρκεια (πχ. 20 έτη), πρέπει να γίνει δεκτό ότι μία τέτοια συμβατική ρήτρα θα ήταν άκυρη ως δεσμεύουσα υπερβολικά την ελευθερία των μερών. Τώρα, σε περίπτωση που δεν υπάρχει συμβατική πρόβλεψη και το ένα μέρος καταγγέλει άκαιρα τη σύμβαση, με αποτέλεσμα το άλλο μέρος να αιφνιδιάζεται, αυτό το μέρος θα μπορούσε να προστατευτεί με την ΑΚ 281.

- έκτακτη καταγγελία

Σε περίπτωση, τώρα που έχουμε να κάνουμε με σύμβαση sponsoring ορισμένου χρόνου, πράγμα που είναι και το σύνηθες, αλλά και πιο σπάνια σε περίπτωση sponsoring αορίστου χρόνου η σχέση μπορεί να λυθεί με έκτακτη καταγγελία, με καταγγελία δηλαδή με προβολή σπουδαίου λόγου που δικαιολογεί τη λύση της συνεργασίας. Ρητά από το νόμο δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης για σπουδαίο λόγο παρέχεται στη σύμβαση εργασίας (ΑΚ 672), στην προσωπική εταιρεία ορισμένου χρόνου (ΑΚ 766), στην εντολή (ΑΚ 725) κλπ. Ακόμα, όμως, και όταν δεν υπάρχει σχετική ρητή νομοθετική ή συμβατική πρόβλεψη, το δικαίωμα καταγγελίας μπορεί να θεμελιωθεί είτε στις γενικές ρήτρες του ΑΚ (ΑΚ 388, 288) είτε σε εθιμικό δικαίωμα που

διέπει όλες τις διαρκείς ενοχές.⁶⁰ Κατά τον Σταθόπουλο, άλλωστε, η ύπαρξη σπουδαίου λόγου δικαιολογεί τη λύση με καταγγελία οποιασδήποτε διαρκούς ενοχικής σύμβασης είτε ρυθμίζεται από τον ΑΚ είτε όχι.⁶¹

Εφόσον, λοιπόν, υπάρχει σπουδαίος λόγος η καταγγελία γίνεται οποτεδήποτε και μάλιστα χωρίς να χρειάζεται να τηρηθεί κάποια προθεσμία. Τα μέρη, με μεταξύ τους συμφωνία, δεν μπορούν ούτε το δικαίωμα καταγγελίας να αποκλείσουν, ούτε να θέσουν για την άσκηση του ιδιαίτερα δεσμευτικές προϋποθέσεις, όπως συμβατικές ποινές αποζημιώσεις κλπ.⁶² Η καταγγελία για σπουδαίο λόγο πρέπει να γίνεται σε εύλογο χρόνο από τότε που γεννήθηκε το σχετικό δικαίωμα σε αυτόν που μπορεί να το επικαλεστεί. Διαφορετικά, κατά καλή πίστη, μπορεί να θεωρηθεί ότι παραιτείται από το δικαίωμά του⁶³ ή ότι ο σπουδαίος λόγος αποδυναμώνεται.⁶⁴ Δεν αποκλείεται, όμως, και ατονήσαντες σπουδαίοι λόγοι να συνεκτιμηθούν με νεώτερους, ώστε όλοι μαζί να στηρίξουν καταγγελία.⁶⁵ Πάντως καταγγελία χωρίς σπουδαίο λόγο ή με επίκληση σπουδαίου λόγου που αποδεικνύεται ότι δεν είναι σπουδαίος είναι άκυρη και δε λύνει τη σύμβαση *sponsoring* και, μάλιστα, σε αυτή την περίπτωση μπορεί να προκύψει υπερημερία δανειστή από το μέρος που προσπάθησε να καταγγείλει αν δεν δεχτεί στη συνέχεια την παροχή του αντισυμβαλλόμενου του.

Σπουδαίο λόγο στοιχειοθετούν περιστατικά, τα οποία με τις συγκεκριμένες περιστάσεις καθιστούν τόσο επαχθή για αυτόν που τα επικαλείται τη συνέχιση της συμβάσεως, ώστε κατά καλή πίστη και την

⁶⁰ Γεωργακόπουλος, σ.170επ, Γεωργιάδης, νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας, σ.247 επ.

⁶¹ Σταθόπουλος, Γενικό Ενοχικό Δίκαιο, σ. 98

⁶² Καρακατσάνης- Γαρδίκας, Ατομικό Εργατικό Δίκαιο, Εκδ Σάκκουλα 1995, σ.527, ΑΠ 1031/1982 ΕΕΔ 42 1983 σ.82

⁶³ ΑΠ 810/1974 ΕΕΔ 44 1975 σ.409

⁶⁴ ΑΠ 1494/1986 ΔΕΝ 43 1987 σ.706, ΜπρΑθ 896/1993 ΔΕΝ 50 1994 σ.190+

⁶⁵ ΑΠ336/1993 ΔΕΝ 49 1993 σ.1116

ευθύτητα, την εντιμότητα και την εμπιστοσύνη που απαιτούνται στις συναλλαγές, να μην είναι δυνατόν να αξιωθεί από αυτόν η συνέχιση της συμβατικής τους δέσμευσης.⁶⁶

Ο σπουδαίος λόγος μπορεί να δίνει δικαίωμα καταγγελίας τόσο στο σπόνσορα όσο και στο δέκτη και μπορεί να αφορά είτε σε αυτόν που τον επικαλείται είτε στην άλλη πλευρά και μπορεί να οφείλεται στις προσωπικές συνθήκες της μίας ή της άλλης πλευράς, στη μεταξύ των μερών σχέσεις, σε ουσιώδη μεταβολή των συνθηκών, σε οικονομοτεχνικούς λόγους, σε παράβαση των υποχρεώσεων που έχουν αναλάβει τα μέρη κλπ.⁶⁷

Ο σπουδαίος λόγος θα κριθεί με κριτήρια αντικειμενικά⁶⁸ ενώ αποτελεί και νομική έννοια και συνεπώς ελέγχεται από τον ΑΠ.

Συνήθως, τα μέρη ρυθμίζουν στη σύμβαση ποιες είναι οι περιπτώσεις που στοιχειοθετούν σπουδαίο λόγο.

Ενδεικτικά, στη σύμβαση sponsoring σπουδαίο λόγο για το λήπτη θα μπορούσε να αποτελέσει η μεγάλη καθυστέρηση καταβολής του συμφωνηθέντος χρηματικού ποσού ή εξοπλισμού, ενώ για το σπόνσορα η μη ή η ελλιπής ή πλημμελής προβολή του εκ μέρους του δέκτη. Όπως τονίσαμε, κυρίαρχη σημασία στο sponsoring έχει το image, η καλή φήμη του δέκτη. Συνεπώς, η μεταβολή αυτής της καλής φήμης θα μπορούσε να αποτελέσει σπουδαίο λόγο καταγγελίας για τον σπόνσορα. Η μεταβολή της καλής φήμης του σπόνσορα, επίσης, θα μπορούσε υπό προϋποθέσεις να οδηγήσει σε δικαίωμα καταγγελίας για σπουδαίο λόγο του δέκτη. Και αυτό γιατί και για το δέκτη θα δημιουργείται κακή εντύπωση στο κοινό, αν προβάλλει έναν σπόνσορα με κακή φήμη.

⁶⁶ ΟΛΑΠ 858/1984 ΕΕΔ 43 1984 σ.624, ΑΠ 349/1990 ΕΕΔ 50 1991, σ.68, ΑΠ 396/1993 ΔΕΝ 50 1994 238

⁶⁷ Καρακατσάνης- Γαρδίκας, ο.π., σ. 529

⁶⁸ Σταθόπουλος, ο.π., σ. 98

- Συνέπειες της καταγγελίας

Η έγκυρη άσκηση της καταγγελίας, τακτικής ή έκτακτης, επιφέρει τη λύση της συμβατικής σχέσης, καταργεί δηλαδή τη σύμβαση sponsoring για το μέλλον (ex nunc). Παράλληλα, όμως, ενδέχεται να δημιουργήσει μία σειρά αξιώσεων μεταξύ των μερών.

Κατ' αρχήν δημιουργούνται αξιώσεις απόδοσης (ΑΚ 904- αιτία που έληξε). Ο δέκτης οφείλει, δηλαδή, εφόσον δεν ορίζεται διαφορετικά στη σύμβαση, να αποδώσει στον σπόνσορα ό,τι αυτός του έχει παραχωρήσει προς εκπλήρωση της σύμβασης (εξοπλισμό, μηχανήματα, εγκαταστάσεις, ρουχισμό, παπούτσια). Παύει, επίσης, η υποχρέωση του δέκτη να προβάλλει το σπόνσορα. Συνεπώς, ο σπόνσορας δεν έχει πλέον το δικαίωμα να χρησιμοποιεί το όνομα, την εικόνα και την προσωπικότητα του δέκτη με σκοπό την προώθηση των προϊόντων του. Τυχόν συνέχιση εκ μέρους του σπόνσορα χρησιμοποίησης των προσωπικών στοιχείων του δέκτη μπορεί να συνιστά προσβολή της προσωπικότητας και να γεννιούνται στο δέκτη οι αξιώσεις των άρθρων ΑΚ 57-59 (άρση της προσβολής, παράλειψη στο μέλλον, αποζημίωση). Σε περίπτωση που έχει συμφωνηθεί ότι ο σπόνσορας θα παρέχει στο δέκτη ένα εφάπαξ ποσό και ο σπόνσορας καταγγείλει τη σύμβαση, μπορεί να εφαρμοστεί αναλογικά το άρθρο ΑΚ 700. Ο σπόνσορας, δηλαδή, εξακολουθεί να οφείλει στο δότη το συμφωνηθέν ποσό, από το οποίο, όμως, αφαιρείται η δαπάνη που εξοικονομήθηκε από τη ματαίωση της σύμβασης, καθώς και ο,τιδήποτε άλλο ωφελήθηκε ο δέκτης ή παρέλειψε με δόλο να ωφεληθεί.

Αξιώσεις αποζημίωσης μπορούν να εγερθούν μόνο υπό όρους. Τέτοιες αξιώσεις κατ' αρχήν αποκλείονται στην περίπτωση της τακτικής καταγγελίας ή της έκτακτης καταγγελίας για ανυπαίτιο σπουδαίο λόγο. Αντίθετα στην περίπτωση της τακτικής καταγγελίας, που οφείλεται στην αντισυμβατική συμπεριφορά του καταγγελλόμενου μέρους, ο

καταγγέλων θα δικαιούται να ζητήσει αποζημίωση.⁶⁹ Μπορεί, δηλαδή, να αξιώσει την αποκατάσταση του θετικού διαφέροντος, απαιτώντας αποζημίωση τόσο για την όποια θετική ζημία υπέστη λόγω της μη εκπλήρωσης της σύμβασης (πχ. δαπάνες στις οποίες προέβη και αποδείχτηκαν τελικά μάταιες) όσο και για τα διαφυγόντα κέρδη του (ΑΚ 298).

Στ. λήξη και εκτελεστικές συμβάσεις

Όπως αναφέραμε, για την εκπλήρωση της σύμβασης sponsoring συχνά διενεργούνται και κάποια σύμφωνα ή εκτελεστικές συμβάσεις. Προβλήματα δημιουργούνται σχετικά με την τύχη των εκκρεμών κατά τη λήξη της σύμβασης sponsoring εκτελεστικών συμβάσεων (πχ. μπορεί να έχει συναφθεί μεταξύ σπόνσορα και δέκτη σύμβαση πώλησης, μίσθωσης ή προμήθειας αγαθών). Ορθότερο θα ήταν να γίνει δεκτό ότι η λύση της σύμβασης sponsoring συνεπάγεται λύση και των εκτελεστικών συμβάσεων, αφού η ύπαρξη και η ομαλή εξέλιξη της πρώτης αποτελεί και το δικαιοπρακτικό θεμέλιο για τη σύναψη των δεύτερων (ΑΚ 288, 388). Αντίθετη περίπτωση θα αρμόζει στις περιπτώσεις εκείνες, που τα μέρη και ιδίως ο δέκτης του sponsoring, έχει- παρά τη λήξη της σύμβασης sponsoring- συμφέρον στην εκπλήρωση της εκτελεστικής σύμβασης.

⁶⁹ Γεωργακόπουλος, Το δίκαιον των διαρκών ενοχών, σ. 176επ.

2. ΑΝΩΜΑΛΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ SPONSORING

Συνήθως, η σύμβαση sponsoring καταρτίζεται, εκτελούνται οι υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει τα μέρη και μετά από κάποιο χρονικό διάστημα λήγει. Είναι πιθανόν, όμως, η σύμβαση να μην εξελιχτεί ομαλά. Μπορεί, δηλαδή, να έχουμε παράβαση κάποιας υποχρέωσης που έχει αναληφθεί από τα μέρη ή αντισυμβατική συμπεριφορά εκ μέρους κάποιου συμβαλλόμενου. Ακόμα, δεν αποκλείεται να έχουμε παραπλάνηση του ενός συμβαλλόμενου από τον άλλο, όπως και δεν αποκλείεται να γεννηθεί και ευθύνη από τις διαπραγματεύσεις. Ας δούμε παρακάτω αναλυτικότερα.

α. προσυμβατική ευθύνη (ΑΚ 197- 199)

Η διάταξη του άρθρου ΑΚ 288 επιβάλλει στα μέρη να εκπληρώσουν τις παροχές που πηγάζουν από κατηρητισμένη σύμβαση, όπως απαιτεί η συναλλακτική καλή πίστη⁷⁰. Η ΑΚ 197, όμως, επεκτείνει την υποχρέωση αυτή και στο προσυμβατικό στάδιο. Ειδικότερα, η διάταξη αυτή ορίζει ότι κατά τις διαπραγματεύσεις για τη σύναψη της σύμβασης τα μέρη οφείλουν αμοιβαίως να συμπεριφέρονται σύμφωνα με την καλή πίστη και τα συναλλακτικά ήθη. Το μέρος που παραβιάζει αυτήν την υποχρέωση υπέχει κατά την ΑΚ 198 ευθύνη προς αποζημίωση, αν προκληθεί ζημία στο άλλο μέρος. Με άλλα λόγια, από τη ρύθμιση των ΑΚ 197-198 προκύπτει ότι με την έναρξη των διαπραγματεύσεων δημιουργείται μία οιονεί συμβατική σχέση εμπιστοσύνης, η οποία υποχρεώνει τους μετέχοντες σε αυτήν να τηρούν μία υπεύθυνη και ειλικρινή συναλλακτική συμπεριφορά.⁷¹ Η υπαίτια παραβίαση της υποχρέωσης αυτής δημιουργεί ευθύνη προς αποκατάσταση της ζημίας

⁷⁰ Για την αρχή της καλής πίστης, βλ. Σταθόπουλο, Γενικό Ενοχικό Δίκαιο, σ.84επ.

⁷¹ Γεωργιάδης, Γενικές Αρχές Αστικού Δικαίου, ο.π., σ.376

που υπέστη το άλλο μέρος. Προϋποθέσεις της ευθύνης είναι οι ακόλουθες: 1) στάδιο διαπραγματεύσεων 2) αντισυναλλακτική συμπεριφορά του ζημιώσαντος 3) υπαιτιότητα 4) ζημία 5) αιτιώδης συνάφεια ανάμεσα στο νόμιμο λόγο ευθύνης και στη ζημία

Το αν ορισμένη συμπεριφορά είναι αντισυναλλακτική κρίνεται ad hoc με βάση τα πραγματικά περιστατικά της συγκεκριμένης περίπτωσης.

Στην σύμβαση sponsoring που μας ενδιαφέρει εν προκειμένω διάφορες συμπεριφορές θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν αντισυναλλακτικές.

Για παράδειγμα, σε περίπτωση που ο δέκτης συζητούσε με κάποιον πιθανό σπόνσορα, δίνοντάς του την εύλογη πεποίθηση ότι θα καταρτιστεί σύμβαση με αποτέλεσμα να προβεί ο σπόνσορας σε έξοδα (πχ. μεταφορικά μέσα, συμβολαιογραφικά έξοδα), ενώ στη συνέχεια ο δέκτης βρίσκει έναν άλλο σπόνσορα και τελικά συνάπτει σύμβαση μαζί του. Σε αυτήν την περίπτωση ο δέκτης υπέχει προσυμβατική ευθύνη.

Προσυμβατική ευθύνη θα φέρει και ο σπόνσορας στην περίπτωση που δημιουργεί στο δέκτη την πεποίθηση ότι θα συνάψουν σύμβαση sponsoring με αποτέλεσμα να χάσει την ευκαιρία να συνάψει συμβάσεις με άλλους πιθανούς σπόνσορες που είχαν προσφερθεί. Σε αυτές τις περιπτώσεις πρέπει να γίνει σαφές ότι θα οφείλεται ως αποζημίωση το **αρνητικό διαφέρον ή διαφέρον εμπιστοσύνης**. Ο ζημιωθείς, δηλαδή, μπορεί να ζητήσει ό,τι θα είχε αν δεν ελάμβανε χώρα η αντισυναλλακτική συμπεριφορά του ζημιώσαντος. Η αποζημίωση περιλαμβάνει τη θετική ζημία και το διαφυγόν κέρδος. Η παραγραφή της αξίωσης από την προσυμβατική ευθύνη είναι πενταετής κατά το ΑΚ 937 (ΑΚ 198 παρ. 2) και εναρκτήριο γεγονός του υπολογισμού του χρόνου είναι η γνώση της ζημίας και του υπόχρεου προς αποζημίωση.

β. ευθύνη κατά τα άρθρα ΑΚ380 επ.

Στη σύμβαση *sponsoring*, ως αμφοτεροβαρή σύμβαση, βρίσκουν πεδίο εφαρμογής οι θεμελιώδεις διατάξεις των ΑΚ 380 επ. για την ανώμαλη εξέλιξη της σύμβασης στις αμφοτεροβαρείς συμβάσεις καθώς και οι διατάξεις ΑΚ 335επ. και ΑΚ 362 επ. για τις επι μέρους ενοχές.

Στον ΑΚ ρυθμίζονται μόνο οι δύο τυπικές μορφές ανωμαλίας που πηγάζουν από την πλευρά του οφειλέτη (αδυναμία παροχής, υπερημερία) , καθώς και η περίπτωση ανωμαλίας που οφείλεται στο δανειστή (υπερημερία δανειστή ΑΚ 349 επ.). Έτσι, όμως, μένουν αρρύθμιστες περιπτώσεις γενικότερης πλημμέλειας στην εκπλήρωση της ενοχής. Έτσι, γίνεται δεκτό⁷² ότι με αναλογία δικαίου υπάρχει και ένα τρίτο είδος ανωμαλίας πέρα από την αδυναμία παροχής και την υπερημερία: η πλημμελής εκπλήρωση. Οι ΑΚ 336- 360 και ΑΚ 362-365 εφαρμόζονται σε κάθε ενοχική σχέση, άρα και σε αυτήν που πηγάζει από αμφοτεροβαρή σύμβαση. Ειδικά, όμως, για την ανώμαλη εξέλιξη ενοχών από αμφοτεροβαρή σύμβαση υπάρχει και η ειδική ρύθμιση των ΑΚ 380-388 που επικρατεί μεν, όταν πρόκειται για αμφοτεροβαρή σύμβαση, αλλά δεν εμποδίζει την εφαρμογή και των γενικών ΑΚ 335επ., στο μέτρο που δεν υπάρχει διαφοροποίηση στις ΑΚ 380 επ.⁷³

Έτσι, στη σύμβαση *sponsoring* ως αμφοτεροβαρή σύμβαση εφαρμόζονται κατ' αρχήν οι διατάξεις των ΑΚ 380 επ. Ας δούμε αναλυτικότερα:

β.1. αδυναμία παροχής

Έτσι, σε περίπτωση που έχουμε αδυναμία παροχής από κάποιο μέρος (πχ. ο σπόνσορας ενώ είχε υποσχεθεί ότι θα παρέχει στο δέκτη ένα χρηματικό ποσό ή κάποιον εξοπλισμό στη συνέχεια δεν είναι σε θέση να το παρέχει.), θα ερευνήσουμε κατ' αρχήν αν υπάρχει υπαιτιότητα ή όχι στο πρόσωπο αυτού που αδυνατεί να παρέχει. Σε περίπτωση που έχουμε

⁷² Σταθόπουλος, ο.π., σ.416

⁷³ Σταθόπουλος, ο.π., σ.418

ανυπαίτια αδυναμία παροχής (πχ. αθλητής που συνάπτει συμφωνία sponsoring διάρκειας δύο χρόνων αλλά στη συνέχεια παθαίνει έναν σοβαρό τραυματισμό που τον αναγκάζει σε δυετή αποχή από αγωνιστική δράση με αποτέλεσμα να μην μπορεί να προβάλλει τον σπόνσορα μέσα από την αθλητική του δραστηριότητα), εφαρμόζεται η διάταξη ΑΚ 380. Η διάταξη αυτή καθιερώνει τον κανόνα της κοινής απαλλαγής από τις αμοιβαίες υποχρεώσεις των δύο συμβαλλομένων προς παροχή σε περίπτωση ανυπαίτιας αδυναμίας της μίας παροχής.⁷⁴ Η απαλλαγή, δηλαδή η απόσβεση των δύο αυτών επί μέρους ενοχών, γίνεται αυτοδικαίως, χωρίς να χρειάζεται κάποια δήλωση για την επέλευση του αποτελέσματος αυτού. Ο οφειλέτης της αδύνατης παροχής, απλά, έχει υποχρέωση να ειδοποιήσει το δανειστή για την αδυναμία του (ΑΚ 336 εδ. β). Αν ο δανειστής έχει καταβάλλει ήδη, μπορεί να αναζητήσει την παροχή του με την αξίωση αδικαιολόγητου πλουτισμού (ΑΚ 904). Σε περίπτωση που το ένα μέρος αδυνατεί να παρέχει από υπαιτιότητα του άλλου (πχ. αθλητής τραυματίζεται λόγω ελαττωματικού εξοπλισμού που του παρείχε ο σπόνσορας⁷⁵), θα εφαρμοστεί η διάταξη του άρθρου ΑΚ 381 παρ. 1. Η παραπάνω διάταξη προβλέπει για αυτήν την περίπτωση ότι παραμένει η υποχρέωση του δανειστή της αδύνατης παροχής να καταβάλλει την αντιπαροχή του (δηλαδή στο παραπάνω παράδειγμα ο σπόνσορας θα εξακολουθεί να οφείλει το χρηματικό ποσό ή τον εξοπλισμό που έχει συμφωνηθεί). Από την αντιπαροχή που εξακολουθεί να οφείλεται αφαιρείται, πάντως, ό,τι ωφελήθηκε ο οφειλέτης από την αδυναμία ή ό,τι δόλια παρέλειψε να ωφεληθεί.

Σε περίπτωση, τώρα, που έχουμε υπαίτια αδυναμία παροχής τα πράγματα αλλάζουν (πχ. τραυματισμός αθλητή όχι κατά την

⁷⁴ Τον κίνδυνο, δηλαδή, της αντιπαροχής τον φέρει ο οφειλέτης της αδύνατης παροχής.

⁷⁵ Στην προκειμένη περίπτωση, ίσως, έχουμε συρροή ενδοσυμβατικής και αδικοπρακτικής ευθύνης

προπόνηση αλλά σε τροχάιο που προκάλεσε ίδιος σε κατάσταση μέθης, μη πραγματοποίηση αθλητικής ή πολιτιστικής εκδήλωσης λόγω ελλιπούς προετοιμασίες των διοργανωτών, μη δυνατότητα χρηματοδότησης αθλητή από σπόνσορα λόγω πτώχευσης που οφείλεται σε κακούς χειρισμούς του σπόνσορα). Εδώ εφαρμόζεται η διάταξη ΑΚ 382, η οποία δίνει τρία δικαιώματα στο δανειστή της αδύνατης παροχής: α. δικαίωμα επίκλησης της ρύθμισης του ΑΚ 380 (κοινή απαλλαγή) β. δικαίωμα αποζημίωσης (θετικό διαφέρον) ⁷⁶ γ. δικαίωμα υπαναχώρησης (σωρευτικά με το οποίο μπορεί να ζητήσει τη μικρή αποζημίωση του ΑΚ 387).⁷⁷

β.2. υπερημερία οφειλέτη

Για να περιέλθει ο οφειλέτης σε υπερημερία πρέπει να συντρέχουν οι προϋποθέσεις των άρθρων ΑΚ 343 επ. Πρέπει, δηλαδή, να έχουμε κατ' αρχήν δυνατή παροχή και έγκυρη ενοχική σχέση⁷⁸ καθώς και ληξιπρόθεσμη παροχή (όχληση ή δήλη μέρα) και υπαιτιότητα. Σε περίπτωση, λοιπόν, που ο δέκτης ή ο σπόνσορας καθυστερούν υπαίτια να εκπληρώσουν την παροχή τους και συγκεντρώνουν τις παραπάνω προϋποθέσεις περιέρχονται σε υπερημερία. Η ΑΚ 383 που ρυθμίζει το ζήτημα της υπερημερίας στις αμφοτεροβαρείς συμβάσεις σε συνδυασμό με την ΑΚ 343 παρέχει στο δανειστή της ληξιπρόθεσμης τρία

⁷⁶ Ιδιομορφία παρουσιάζει ο τρόπος υπολογισμού της ζημίας. Σχετικά έχουν διατυπωθεί τρεις απόψεις: η θεωρία της ανταλλαγής (ανταλλαγή των δύο παροχών- η μία με τη μορφή αποζημίωσης), η θεωρία της διαφοράς (Η αξία της αντιπαροχής θα αφαιρεθεί από τη ζημία του δανειστή λόγω της αδυναμίας και η διαφορά θα είναι η καθαρή ζημία. Στο ύψος της καθαρής αυτής ζημίας θα ανέρχεται η αποζημίωση) και η θεωρία της επιλογής (σύμφωνα με αυτήν ο δανειστής μπορεί να επιλέξει ελεύθερα αποζημίωση είτε κατά τη θεωρία της ανταλλαγής είτε κατά τη θεωρία της διαφοράς. Η τελευταία θεωρία είναι η κρατούσα (Σταθόπουλος, Γενικό Ενοχικό, Μιχαηλίδης- Ναυάρος, Ερμηνεία ΑΚ 380-387 αρ.26επ., ΕφΑθ 1089/1953 ΝοΒ 2 σ.726, ΕφΑθ 4436/1971 Αρμ 26 σ.328.) Η πρακτική σημασία μεταξύ θεωρίας της ανταλλαγής και θεωρίας της διαφοράς εξαρτάται αν η δυνατή παροχή είναι χρηματική. Διότι χρηματική παροχή και χρηματική αποζημίωση μπορούν να συμψηφιστούν και να οφείλεται ως αποζημίωση μόνο η διαφορά. Αν, όμως, είναι μη χρηματική υπάρχει πρακτική σημασία καθώς μπορούμε να έχουμε επιλογή μεταξύ των δύο θεωριών. (Σταθόπουλος, ο.π., σ. 472- 474)

⁷⁷ για την αδυναμία παροχής βλ. και παραπάνω (υπό Δ.1.γ)

⁷⁸ Σταθόπουλος, Γενικό Ενοχικό, π.π., σ.431

δικαιώματα: α) να ζητήσει αποζημίωση για την καθυστέρηση παίρνοντας και την αντιπαροχή β) να ζητήσει αποζημίωση (θετικό διαφέρον), αποκρούοντας την καθυστερούμενη παροχή γ) να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, ζητώντας και τη μικρή αποζημίωση του ΑΚ 387. Τα δικαιώματα αυτά μπορούν να ασκηθούν μόνο διαζευκτικά. Συνήθως, στη σύμβαση sponsoring αυτός που ενδεχομένως μπορεί να βρεθεί σε υπερημερία είναι ο σπόνσορας σε σχέση με την υποχρέωση καταβολής χρηματικού ποσού ή άλλου εξοπλισμού. Ο δέκτης σε περίπτωση που δεν προβάλλει το σπόνσορα τη στιγμή που πρέπει, το πιθανότερο είναι να έχουμε μη εκπλήρωση της σύμβασης.

β.3. πλημμελής εκπλήρωση

Το κενό του νόμου για την πλημμελή εκπλήρωση της ενοχής πληρώνεται με αναλογία και, μάλιστα, αναλογία δικαίου. Στην πλημμελή εκπλήρωση υπάγονται κυρίως οι ακόλουθες περιπτώσεις: παράβαση παρεπόμενης υποχρέωσης, μη προσήκουσα εκπλήρωση της κύριας παροχής, μη εκπλήρωση μίας από τις κύριες υποχρεώσεις, παράβαση υποχρέωσης προς παράλειψη, άρνηση εκπλήρωσης. Έτσι, αν ο οφειλέτης έχει υπαιτιότητα για την πλημμέλεια, θα εφαρμοστούν αναλογικά οι διατάξεις των ΑΚ 382,383 και ο δανειστής θα έχει δικαίωμα υπαναχώρησης ή διαζευκτικά δικαίωμα απόκρουσης και αποζημίωσης για όλη την παροχή.⁷⁹

β.4. υπερημερία δανειστή

Στη σύμβαση sponsoring σε υπερημερία δανειστή μπορεί να περιέλθει ο δέκτης που δεν δέχεται το συμφωνηθέν χρηματικό ποσό ή το μέρος που

⁷⁹ Πέρα από την ύπαρξη πλημμέλειας πρόσθετες προϋποθέσεις για την άσκηση αυτών των δικαιωμάτων είναι η θέση εύλογης προθεσμίας στον οφειλέτη για την άρση της πλημμέλειας (ΑΚ 383 αναλογ.) και η πλημμέλεια να είναι ουσιώδης, έτσι ώστε να μην εξυπηρετείται ο δανειστής με την πλημμελή παροχή. (Σταθόπουλος σ.485)

μετά από άκυρη καταγγελία δεν δέχεται την παροχή του αντισυμβαλλόμενου. Βασική συνέπεια της υπερημερίας δανειστή είναι η μείωση της ευθύνης του οφειλέτη. Έτσι, κατά την ΑΚ 355 ο οφειλέτης κατά τη διάρκεια της υπερημερίας δανειστή ευθύνεται μόνο για δόλο και βαρεία αμέλεια. Επίσης, κατά την ΑΚ 381 παρ. 2, ο υπερήμερος δανειστής δεν απαλλάσσεται από την υποχρέωση αντιπαροχής σε περίπτωση που ο αντισυμβαλλόμενος βρέθηκε χωρίς υπαιτιότητά του σε αδυναμία παροχής κατά τη διάρκεια της υπερημερίας.⁸⁰

Καλό θα είναι, για να αποφεύγονται τυχόν προβλήματα στη σύμβαση sponsoring, τα συμβαλλόμενα μέρη να ρυθμίζουν λεπτομερώς τις περιπτώσεις ανώμαλης εξέλιξης.

γ. ακυρότητα της σύμβασης sponsoring

Η σύμβαση sponsoring θα είναι άκυρη σε περίπτωση που αντίκειται στο νόμο (ΑΚ 174), στα χρηστά ήθη (ΑΚ 178) ή είναι καταπλεονεκτική ή αισχροκερδής (ΑΚ 179). Άκυρη θα είναι και σε περίπτωση έλλειψης δικαιπρακτικής ικανότητας (ΑΚ 128 επ.) στο πρόσωπο κάποιου από τους αντισυμβαλλόμενους- συνήθως του δέκτη (πχ. σπόνσορας συνάπτει σύμβαση sponsoring με 13χρονη αθλήτρια της ρυθμικής γυμναστικής) καθώς και στην περίπτωση εικονικότητας (ΑΚ 138).

δ. ακυρωσία της σύμβασης sponsoring

Η σύμβαση sponsoring μπορεί να ακυρωθεί αν ήταν αποτέλεσμα πλάνης, απάτης ή απειλής (ΑΚ 140 επ.). Το συνηθέστερο είναι να έχουμε απάτη σε περίπτωση που ο δέκτης παραπλάνησε τον σπόνσορα σε σχέση με τις ικανότητές του (πχ. αθλητής στίβου βεβαιώνει έναν

⁸⁰ Για τη σχέση του ΑΚ 381 παρ2 και ΑΚ 355 βλ. Σταθόπουλο σ.488επ.

σπόνσορα ότι στις προπονήσεις πετυχαίνει επιδόσεις πάνω από το παγκόσμιο ρεκόρ, ενώ στη συνέχεια στους αγώνες οι επιδόσεις που κάνει είναι μετριότητες.). Για να γίνει δεκτή η ακύρωση λόγω απάτης πρέπει να πληρούνται οι προϋποθέσεις των άρθρων ΑΚ 147 επ. Πρέπει, δηλαδή να έχουμε παραπλάνηση του δηλούντος, η παραπλάνηση να είναι δόλια και να έχουμε αιτιώδη συνάφεια ανάμεσα στην παραπλάνηση και στη δήλωση βούλησης. Επίσης, στην περίπτωση που ο σπόνσορας εσφαλμένα εκλαμβάνει ότι έχει να κάνει με έναν πρωταθλητή παγκοσμίου επιπέδου, ενώ αποδεικνύεται στην πράξη ότι ούτε εντός συνόρων ο αθλητής αυτός δεν μπορεί να διακριθεί, ο σπόνσορας μπορεί να ζητήσει ακύρωση λόγω πλάνης καθώς, καίτοι έχουμε πλάνη στη βούληση ή πλάνη περί τα παραγωγικά αίτια, η οποία δεν είναι ουσιώδης και δεν δικαιολογεί την ακυρωσία⁸¹ (ΑΚ 143), συντρέχει περίπτωση πλάνης περί της ιδιότητας του προσώπου, η οποία κατά το ΑΚ 142 είναι ουσιώδης. Πρέπει, βέβαια, σύμφωνα με την ΑΚ 142 οι ιδιότητες του προσώπου να είναι τόσο σπουδαίες για την όλη δικαιοπραξία, ώστε, αν ο πλανηθείς (ο σπόνσορας) γνώριζε την πραγματική κατάσταση, δεν θα επιχειρούσε τη δικαιοπραξία. Εν προκειμένω, η προϋπόθεση αυτή μάλλον θα συντρέχει καθώς αν ο σπόνσορας γνώριζε από την αρχή ότι ο αθλητής έχει περιορισμένες δυνατότητες, δεν θα προέβαινε στη σύναψη της σύμβασης. Μπορεί, πάντως, να αποδειχτεί και το αντίθετο. Στην ακραία περίπτωση που ένα από τα δύο μέρη συνήψε τη σύμβαση συνεπεία απειλής, μπορεί να ζητήσει την ακύρωση της σύμβασης με τις διατάξεις ΑΚ 150 επ. Σε

⁸¹ Πλάνη στη βούληση υπάρχει όταν η δήλωση βούλησης ανταποκρίνεται στη βούληση του δικαιοπρακτούντος αλλά η τελευταία έχει σχηματιστεί ελαττωματικά λόγω της εσφαλμένης γνώσης ή άγνοιας της πραγματικότητας, στην οποία στηρίχθηκε ο δικαιοπρακτών για να σχηματίσει την πεποίθησή του. Εάν δεν υπήρχε η εσφαλμένη γνώση ή άγνοια της πραγματικότητας, ο δικαιοπρακτών δεν θα διαμόρφωνε καμία βούληση ή θα τη διαμόρφωνε με διαφορετικό περιεχόμενο. Η ρύθμιση έχει σκοπό να αποτρέψει την ανασφάλεια που θα δημιουργείτο στις συναλλαγές, σε περίπτωση που επιτρεπόταν η ακύρωση της δικαιοπραξίας λόγω πλάνης στον σχηματισμό της βούλησης του δικαιοπρακτούντος. (βλ. Γεωργιάδη, Γενικές Αρχές Αστικού Δικαίου, ο.π., σ.424)

κάθε περίπτωση, για την ακύρωση απαιτείται άσκηση διαπλαστικής αγωγής (ΑΚ 155) από το πλανηθέν, απατηθέν ή απειληθέν μέρος μέσα σε αποσβεστική προθεσμία 2 ετών (ΑΚ 157). Μετά την ακύρωσή της με διαπλαστική δικαστική απόφαση η ακυρώσιμη δικαιοπραξία εξομοιούται με την εξαρχής άκυρη (ΑΚ 184) και θεωρείται ως μη γενομένη (ΑΚ 180).

ε. ευθύνη για πραγματικά ελαττώματα

Σε περίπτωση που ο εξοπλισμός που παρέχεται στο δέκτη του sponsoring εμφανίζει πραγματικά ή νομικά ελαττώματα τίθεται το ζήτημα του ποιου και με ποιες διατάξεις θα ευθύνεται (πχ. αν τα όργανα γυμναστικής που παραχώρησε ο σπόνσορας στο δέκτη είναι ελαττωματικά). Όπως προαναφέρθηκε, η σύμβαση sponsoring είναι μία σύμβαση- πλαίσιο ή μανδύας και για να λειτουργήσει θα πρέπει να συναφθούν και κάποιες άλλες υπάλληλες ή εκτελεστικές συμβάσεις. Το ζήτημα αντιμετωπίστηκε και παραπάνω στην περίπτωση του προμηθευτικού ή εξοπλιστικού συμφώνου (υπό Β4). Γενικότερα, θα μπορούσαμε να πούμε ότι θα εφαρμοστούν οι διατάξεις των υπάλληλων ή εκτελεστικών συμβάσεων. Έτσι, για παράδειγμα αν έχουμε σύμβαση χρησιδανείου θα εφαρμοστούν οι διατάξεις για τα πραγματικά ελαττώματα της σύμβασης χρησιδανείου. Επίσης, σε περίπτωση που και ο δέκτης προμηθεύτηκε τα πράγματα από κάποιον άλλο, θα έχουμε εκχώρηση των δικαιωμάτων του σπόνσορα από τη σύμβαση με τον τρίτο στον δέκτη.

στ. συρροή ενδοσυμβατικής και αδικοπρακτικής ευθύνης

Δεν αποκλείεται η **συρροή ενδοσυμβατικής και αδικοπρακτικής ευθύνης** σε περίπτωση που έχουμε περαιτέρω τραυματισμό του δέκτη από ελαττωματικά μηχανήματα του σπόνσορα. Γίνεται δεκτό ότι σε περίπτωση που η πράξη ή η παράλειψη που συνιστά αθέτηση ενοχικής υποχρέωσης είναι συγχρόνως και καθεαυτή παράνομη (δηλ. θα ήταν παράνομη ακόμα και αν είχε διαπραχθεί χωρίς την προϋπάρχουσα ενοχική σχέση), έχουμε συρροή ενδοσυμβατικής και αδικοπρακτικής ευθύνης.⁸² Στην περίπτωση, λοιπόν, που προξενείται τραυματισμός από την υπαίτια προμήθεια ελαττωματικού εξοπλισμού από τον σπόνσορα στο δέκτη, με αποτέλεσμα να τραυματιστεί ο δεύτερος, θα έχουμε συρροή των δύο ευθυνών. Συρροή ενδοσυμβατικής και αδικοπρακτικής ευθύνης θα έχουμε και στην περίπτωση που ο δέκτης, όχι μόνο δεν προβάλλει τον σπόνσορα, αλλά κάνει αρνητικά ή και υβριστικά σχόλια για τα προϊόντα του. Πράγματι, σε αυτή την περίπτωση η πράξη του σπόνσορα είναι και καθεαυτή παράνομη ανεξάρτητα από τη συμβατική σχέση. Οπότε και εδώ θα έχουμε συρροή.

ζ. ποινική ρήτρα

Ενδεχομένως στη σύμβαση sponsoring να τεθεί ποινική ρήτρα από το σπόνσορα (που είναι συνήθως το ισχυρότερο μέρος) σε βάρος του δέκτη. Η ποινική ρήτρα προβλέπεται στις διατάξεις ΑΚ 404 επ. και είναι η παρεπόμενη σύμβαση, με την οποία ο ένας συμβαλλόμενος (συνήθως ο δέκτης) υπόσχεται στον άλλο ότι, αν δεν εκπληρώσει ή δεν

⁸² ΑΠ 1268/1994 ΕλΔνη 37 σ.1360, ΟλΑΠ 967/1973, ΝοΒ 22 σ.505, Σταθόπουλος, ο.π. σ.291

εκπληρώσει προσηκόντως την οφειλόμενη παροχή, θα του καταβάλλει ένα αντικείμενο, συνήθως χρηματικό ποσό (την « ποινή »).⁸³ ⁸⁴ Σε περίπτωση που ο οφειλέτης υπαιτίως δεν εκπληρώνει ή εκπληρώνει πλημμελώς τις υποχρεώσεις του , η ποινική ρήτρα καταπίπτει και πλέον ο οφειλέτης οφείλει το ποσό που έχει συμφωνηθεί. Το ΑΚ 405 είναι διάταξη ενδοτικού δικαίου και, επομένως, δεν αποκλείεται τα μέρη να συμφωνήσουν ότι η ποινική ρήτρα θα καταπίπτει και μετά από ανυπαίτια μη εκπλήρωση των υποχρεώσεων. Ελάχιστη προϋπόθεση της κατάπτωσης είναι η αθέτηση των υποχρεώσεων από την κύρια ενοχή, δηλαδή στην περίπτωση του sponsoring, η μη προβολή του σπόνσορα εκ μέρους του δέκτη. Η κατάπτωση επέρχεται ανεξάρτητα από το αν ο σπόνσορας υπέστη πράγματι ζημία. Αν η ποινή συμφωνήθηκε για την περίπτωση μη εκπλήρωσης, τότε ο σπόνσορας δεν μπορεί να ζητήσει σωρευτικά και την εκπλήρωση της παροχής και την ποινή, αλλά διαζευκτικά ή το ένα ή το άλλο (ΑΚ 406 παρ. 1). Αντίθετα, αν η ποινή συμφωνήθηκε για την περίπτωση της μη προσήκουσας εκπλήρωσης, οφείλεται σωρευτικά η παροχή και η ποινή (ΑΚ 407 εδ. 1).⁸⁵ Οι ρυθμίσεις πάντως αυτές του ΑΚ είναι ενδοτικού δικαίου και τα μέρη μπορούν να συμφωνήσουν διαφορετικά. Πρέπει να λεχθεί ότι δεν αποκλείεται (αν και είναι στην πράξη φαίνεται ιδιαίτερα δύσκολο) να έχει τεθεί ποινική ρήτρα κατά του σπόνσορα.

⁸³ Λιώση, Η εκπλήρωση από ποινική ρήτρα και η σχέση της με τις αξιώσεις εκπλήρωσης και αποζημίωσης, 1993, σ.6επ

⁸⁴ Ο λόγος ύπαρξης της ποινικής ρήτρας έγκειται στην αδυναμία του ενοχικού δικαιώματος που χρήζει ενίσχυσης σε σχέση με τη θέση του δανειστή από κινδύνους ανώμαλης εξέλιξης της ενοχής που οφείλεται σε αθέτηση των υποχρεώσεων του οφειλέτη.

E. ΤΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ SPONSORING ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ

1. γενικά

Ίσως το σημαντικότερο και το πιο διαδεδομένο από τα είδη του sponsoring είναι το αθλητικό sponsoring. Σύμφωνα, μάλιστα, με τον Netze⁸⁶, το αθλητικό sponsoring είναι το πρώτο είδος που εμφάνισε τα χαρακτηριστικά της ανταποδοτικότητας. Στη Γερμανία, σύμφωνα με πρόσφατες εκτιμήσεις, το ύψος των συναλλαγών του αθλητικού sponsoring έφτασε το 1997 τα 2,3 δις μάρκα και το 2003 ξεπέρασε τα 1,3 δις μάρκα.

Όλα αυτά τα υπέρογκα ποσά είναι πολύ λογικά, αν σκεφτούμε την απήχηση που έχει πάντα στον κόσμο ο αθλητισμός. Αν σκεφτούμε μόνο το πόσοι άνθρωποι καθηλώνονται στις τηλεοράσεις του κατά τη διάρκεια των αγώνων του Champions League, το πώς συγκινείται όλος ο κόσμος με την ιδέα των Ολυμπιακών Αγώνων, το ότι οι νίκες των εθνικών ομάδων παίρνουν διαστάσεις εθνικού θριάμβου σε κάθε χώρα, καταλαβαίνουμε τους λόγους για τους οποίους οι μεγάλες εταιρίες δεν θα μπορούσαν να βρουν καλύτερο τρόπο επένδυσης από το αθλητικό sponsoring.

Στο σύγχρονο αθλητικό κόσμο, το sponsoring μπορεί να πάρει διάφορες μορφές, όπως την οικονομική στήριξη αθλητών για ορισμένο χρονικό διάστημα, την οικονομική στήριξη αθλητικών εκδηλώσεων, υπέρογκα χρηματικά ποσά ως βραβεία σε περίπτωση επίτευξης νικών ή κατάρριψης ρεκόρ (πχ. Golden League στίβου), προσθήκη, στο όνομα της ομάδας, της επωνυμίας της εταιρείας⁸⁷ (Titel-Sponsoring) . Όπως

⁸⁵ Σταθόπουλος, οπ.π., σ.529

⁸⁶ Netze, Sponsoring von Sportverbaenden, Schulthess Polygraphischer Verlag, Dissertation Zurich, 1987, s.5

⁸⁷ πρόκειται για το λεγόμενο Titelsponsoring

είδαμε και στην εισαγωγή (βλ. παραπάνω) στο αθλητικό sponsoring είναι πολύ συχνές και ακραίες καταστάσεις.

2. είδη αθλητικού sponsoring

α. sponsoring αθλητών ατομικών αθλημάτων

Γενικά τα ατομικά αθλήματα δεν έχουν την ίδια προβολή με τα ομαδικά και η προβολή τους περιορίζεται κατά την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων. Υπάρχουν, όμως, και ατομικά αθλήματα που έχουν μεγαλύτερη προβολή όπως ο στίβος, η κολύμβηση και σε μικρότερο βαθμό η ενόργανη και ρυθμική γυμναστική. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι πρωταθλητές του στίβου έχουν τη φήμη εθνικών ηρώων. Γι' αυτό και οι εταιρείες που ενδιαφέρονται να εισέλθουν στο χώρο του sponsoring δεν θα μπορούσαν να μείνουν ασυγκίνητες και να μην εκμεταλλευτούν την προβολή και την απήχηση αυτών των αθλητών⁸⁸. Έτσι, πλέον, μεγάλες εταιρείες έχουν εισέλθει στο χώρο του στίβου αλλά και άλλων ατομικών αθλημάτων, συνάπτοντας συμβάσεις sponsoring με τους αθλητές. Οι συμβάσεις sponsoring που συνάπτει αθλητής ατομικού, όπως και ομαδικού, αθλήματος πρέπει, σύμφωνα με το αρ. 33 παρ.4 του ν. 2725/1999 να υποβληθούν για έγκριση στην οικεία αθλητική ομοσπονδία. Η έγκριση αποτελεί όρο του ενεργού των συμβάσεων αυτών. Η διάταξη αυτή είναι αμφίβολης συνταγματικότητας και θα μας απασχολήσει περισσότερο αμέσως παρακάτω.

⁸⁸ Στο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα στίβου στο Ελσίνκι το 2005, σπόνσορες της διοργάνωσης είχαν υποσχεθεί να δίνουν το ποσό των 50.000 Ε στους αθλητές που θα κατέρριπταν το παγκόσμιο ρεκόρ. Έτσι, η αθλήτρια του βάρδην Ολυμπιάδα Ιβάνοβα και η ακοντίστρια Μενέντεζ, των οποίων η νίκη συνοδεύτηκε με παγκόσμιο ρεκόρ, έλαβαν κατά τη διάρκεια της απονομής των μεταλλίων μία τεράστια επιταγή των 50.000 Ε. Όσο για το πόσο αισθητικό είναι το θέαμα, ο κλάδος ελιάς να αντικαθίσταται από επιταγές, τα σχόλια είναι περιττά.

**β. sponsoring αθλητικών ομάδων- συνταγματικότητα αρ.33 παρ.4
ν.2725/1999**

Εδώ τα λόγια περιττεύουν. Η προβολή του ποδοσφαίρου, της καλαθοσφαίρισης, της πετοσφαίρισης είναι τεράστια. Οι ομάδες αντιπροσωπεύουν για ένα πολύ μεγάλο μέρος του πληθυσμού ένα είδος θρησκείας, κάνοντας τον πολύ συχνά δυστυχώς να προβαίνει σε έκτροπα και υπερβολές. Έτσι, οι σπόνσορες εκμεταλλεύονται αυτή την απήχηση, συνάπτοντας συμβάσεις sponsoring με αθλητικές ομάδες⁸⁹, το περιεχόμενο των οποίων μπορεί να ποικίλλει. Μπορεί, να συμφωνείται, δηλαδή, ότι οι αθλητές του σωματείου ή της αθλητικής ανώνυμης εταιρείας θα φοράνε ρούχα και παπούτσια της εταιρείας του σπόνσορα και στους αγώνες εμφανίσεις στις οποίες θα εμφανίζονται τα διακριτικά και η επωνυμία της εταιρείας ή ότι στο γήπεδο θα υπάρχουν πανό με το σήμα και την επωνυμία της εταιρείας ή ότι απλά η ομάδα θα αποκτά << ονοματεπώνυμο >> προσθέτοντας στην ονομασία της, την επωνυμία της εταιρείας του σπόνσορα. (πχ. Μπενετόν Τρεβίζο).

Απ' ό, τι βλέπουμε ο κάθε αθλητής δεσμεύεται από την απόφαση της ομάδας. Η ομάδα συμφωνεί ότι ο αθλητής θα προβάλλει το σπόνσορα με το να φοράει συγκεκριμένες ενδυμασίες και ο αθλητής φέρει την υποχρέωση να συμμορφωθεί, ενώ δεν έχει συμβληθεί ο ίδιος. Έχουμε, δηλαδή, μία ιδιότυπη σύμβαση σε βάρος τρίτου κατά τη διάταξη ΑΚ 415. Ανακύπτει ζήτημα κατά πόσο έγκυρη είναι αυτή η σύμβαση που δεσμεύεται ο ένας συμβαλλόμενος (αθλητική ανώνυμη εταιρεία, αθλητικό σωματείο) ότι ένας τρίτος που δεν έχει συμβληθεί (αθλητής) θα προβεί σε μία παροχή που εν προκειμένω έχει το χαρακτήρα ανοχής προσβολών της προσωπικότητας (πολύ συχνά χρησιμοποιούνται φωτογραφίες αθλητών από τους σπόνσορες των σωματείων, στις οποίες

οι αθλητές έχουν δικαίωμα ίδιας εικόνας). Το πρόβλημα είναι μεγαλύτερο, αν λάβουμε υπόψη ότι οι αθλητές σε περίπτωση μη συμμόρφωσης, θα υποστούν κυρώσεις από τον εκάστοτε αθλητικό φορέα. Το ζήτημα εμφανίζεται- και μάλιστα σε μεγαλύτερη έκταση- σε σχέση με τους σπόνσορες των αθλητικών ομοσπονδιών και τους αθλητές της ομοσπονδίας.⁹⁰ Συχνά, μία αθλητική ομοσπονδία (για κάθε άθλημα υπάρχει μία ομοσπονδία, βλ. υποσημ. 90) μπορεί να συνάψει σύμβαση sponsoring με κάποιο χορηγό με αποτέλεσμα όλοι οι αθλητές του αθλήματος της οικείας ομοσπονδίας να συμμετέχουν σε μία σύμβαση, στην οποία δεν έχουν συμβληθεί. Πολύ πρόσφατο παράδειγμα αποτελεί αυτό της ρωσίδας διεθνούς αθλήτριας του σκι Tsopelona, της οποίας φωτογραφίες χρησιμοποιήθηκαν από το σπόνσορα της Ρωσικής Ομοσπονδίας σκι.⁹¹ Ανακύπτει, λοιπόν, το ζήτημα της προστασίας των αθλητών από αυτές τις συμβάσεις. Κατά τη γνώμη μου, κατ' αρχήν εφαρμοστέο είναι το άρθρο ΑΚ 415 σχετικά με τη σύναψη σύμβασης σε βάρος τρίτου, έτσι ώστε σε περίπτωση μη

⁸⁹ Οι ομάδες μπορεί να είναι αθλητικά σωματεία ή Αθλητικές Ανώνυμες Εταιρείες

⁹⁰ Μία από τις σπουδαιότερες οργανωτικές αρχές του διεθνούς ολυμπιακού κινήματος που ισχύει σε όλες τις χώρες, το αθλητικό κίνημα των οποίων εκπροσωπείται στη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή (Δ.Ο.Ε.) είναι η **αρχή της μίας ομοσπονδίας**. Ανώτατη αρχή στον παγκόσμιο αθλητισμό αποτελεί η Δ.Ο.Ε. Εκπρόσωποι της Δ.Ο.Ε. στα κράτη- μέλη της Δ.Ο.Ε. αποτελούν οι Εθνικές Ολυμπιακές Επιτροπές (Ε.Ο.Ε.). Σύμφωνα με το άρθρο 31 παρ 3 του Ολυμπιακού Χάρτη της Δ.Ο.Ε., καθιερώνεται το μονοπώλιο της Ε.Ο.Ε. στην εκπροσώπηση του αθλητισμού της χώρας στους Ολυμπιακούς Αγώνες. Επίσης, σύμφωνα με το άρθρο 32 παρ. 1 περ. 2 του Ολυμπιακού Χάρτη κάθε Ε.Ο.Ε. μπορεί να αναγνωριστεί **μία μόνο αθλητική ομοσπονδία κατ' άθλημα**. Τέλος, σύμφωνα με το άρθρο 51 του Ολυμπιακού Χάρτη, αναγνωρίζονται από τη ΔΟΕ συγκεκριμένες κατ' άθλημα **διεθνείς ομοσπονδίες** ως ανώτατη αρχή του αθλήματος.

Με τη σειρά της, κάθε διεθνής ομοσπονδία αναγνωρίζει μία μόνο εθνική ομοσπονδία του κλάδου άθλησής της σε κάθε κράτος και καθιερώνεται έτσι το μονοπώλιο μιας μόνο αναγνωρισμένης αθλητικής ομοσπονδίας για κάθε κλάδο άθλησης. Η ίδρυση περισσότερων ομοσπονδιών σε ένα κλάδο άθλησης δεν μπορεί βέβαια να αποκλειστεί από την έννομη τάξη, αφού κάτι τέτοιο θα συνιστούσε ευθεία παραβίαση του δικαιώματος του συνεταιρίζεσαι (Σ 12). Μία πιθανή δεύτερη ομοσπονδία παραμένει, όμως, ξένη προς το διεθνές αθλητικό σύστημα, οι αθλητές και οι σύλλογοι της δεν μπορούν να μετέχουν στις επίσημες αθλητικές διοργανώσεις και οι επιδόσεις τους δεν μπορούν να αναγνωρίζονται ως ρεκόρ.

Στις χώρες που το κράτος παρεμβαίνει νομοθετικά στον αθλητισμό, η αρχή της μίας ομοσπονδίας επιβεβαιώνεται, συνήθως, και από το νόμο. Στην Ελλάδα η αρχή της μίας ομοσπονδίας για κάθε κλάδο άθλησης εισήχθη με το άρθρο 37 παρ. 3 του ν. 5620/1932, επιβεβαιώθηκε με το αρ. 13 παρ. 1 του ν. 75/1975 και ισχύει σήμερα σύμφωνα με το αρ. 19 παρ. 2 ν.2725/1999. Έτσι, για κάθε άθλημα (μπάσκετ, ποδόσφαιρο, στίβος, αντισφαίριση) είναι δυνατόν να υπάρχει μία μόνο ομοσπονδία. (Μαλάτος, Παραδόσεις Αθλητικού Δικαίου, Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2005, σ. 70επ.

εκπλήρωσης του αθλητή να δημιουργείται υποχρέωση αποζημίωσης σε βάρος του συλλόγου ή της ομοσπονδίας. Σε περίπτωση που έχει ήδη γίνει χρήση φωτογραφιών αθλητών χωρίς τη συναίνεσή τους, εφαρμοστέα θα είναι τα άρθρα ΑΚ 57 επ. Τώρα, σχετικά με τις ενδεχόμενες ενδοσωματειακές κυρώσεις των αθλητών σε περίπτωση μη συμμόρφωσης, οι αθλητές θα μπορούν να ζητήσουν την ακύρωση των αποφάσεων των συλλογικών οργάνων, τα οποία πήραν την απόφαση ανάλογα με τη νομική μορφή του νομικού προσώπου. Έτσι, σε περίπτωση που έχουμε αθλητικό σωματείο ή ομοσπονδία, η οποία είναι νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου, όποιος έχει έννομο συμφέρον μπορεί να ζητήσει την ακύρωση της απόφασης βάσει του άρθρου ΑΚ 101⁹², λόγω αντίθεσης της απόφασης στο νόμο (ΑΚ 57, ΑΚ 281). Σε περίπτωση που έχουμε απόφαση γενικής συνέλευσης αθλητικής ανώνυμης εταιρείας, βάσει του αρ.35^α του ν.2190/1920, ο καθένας που έχει έννομο συμφέρον μπορεί να ζητήσει με αναγνωριστική αγωγή την αναγνώριση της ακυρότητας της απόφασης της γ.σ. λόγω αντίθεσής της στο νόμο⁹³.

Ένα άλλο μεγάλο ζήτημα είναι το εξής: Σε περίπτωση που ένα σωματείο, μία αθλητική ανώνυμη εταιρεία ή μία αθλητική ομοσπονδία έχει συνάψει σύμβαση sponsoring με κάποιους σπONSορες, κατά πόσον είναι ελεύθεροι οι αθλητές που ανήκουν σε αυτούς τους φορείς να συνάψουν συμβάσεις sponsoring με άλλους σπόνσορες. Κατά πόσον μπορεί να είναι έγκυρη τυχόν απαγόρευση σύναψης άλλων συμβάσεων sponsoring από τους αθλητές;

Πριν προχωρήσουμε στην εξέταση του θέματος, πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι συχνά στη σύμβαση sponsoring που συνάπτει ο σπόνσορας

⁹¹ Παναγιωτόπουλος, οπ.π., σ. 551

⁹² Ειδικά για τα αθλητικά σωματεία βλ. Παναγιωτόπουλο, Αθλητικό Δίκαιο, οπ.π., σ.269επ.

⁹³ βλ. αναλυτικότερα Νικ.Κ.Ρόκα, Εμπορικές Εταιρείες, Εκδόσεις Αντ.Ν.Σάκκουλα, Γ Έκδοση, σ.190επ.

με τον εκάστοτε φορέα μπορεί να έχει τεθεί ρήτρα αποκλειστικότητας, καθώς και το άρθρο 33 παρ. 4 του ν. 2725/1999 που ορίζει ότι η έγκριση της οικείας ομοσπονδίας αποτελεί όρο του ενεργού των συμβάσεων χορηγίας που συνάπτουν οι αθλητές του οικείου αθλήματος της ομοσπονδίας. Η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν μπορεί να δεσμεύει τους αθλητές του συλλόγου ή της ομοσπονδίας γιατί δεν έχουν συμβληθεί οι ίδιοι στη σύμβαση. Η ομοσπονδία, άλλωστε, βάσει του αρ. 33 παρ 4 μπορεί να μπλοκάρει την ισχύ συμβάσεων sponsoring που συνάπτουν αθλητές.

Κατ' αρχήν ισχύει η αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων (ΑΚ 361), που έχει μάλιστα και συνταγματική περιωπή (Σ5 παρ.1). Βάσει αυτής της αρχής, δεν μπορεί να αποκλειστεί η ελευθερία των αθλητών να συνάπτουν και από μόνοι τους συμβάσεις sponsoring ανεξάρτητα από την ύπαρξη άλλων συμβάσεων sponsoring από τους φορείς στους οποίους αυτοί εντάσσονται. Οποιαδήποτε απαγόρευση και περιορισμός αυτής της ελευθερίας από τα αθλητικά σωματεία και τις αθλητικές ανώνυμες εταιρείες θα είναι άκυρη κατά το ΑΚ 174 και το αρ. 2 ν. 2251/1994, εφόσον πληρούνται οι προϋποθέσεις του. Ανίσχυρη θα είναι και η τυχόν άρνηση έγκρισης της σύμβασης sponsoring από την αθλητική ομοσπονδία. Σε αυτή την περίπτωση, που η ομοσπονδία αρνείται να δώσει την έγκριση του άρθρου 33 παρ. 4 ν. 2725/1999, ο αθλητής θα μπορεί να ζητήσει την καταδίκη της ομοσπονδίας σε δήλωση βουλήσεως βάσει τη διάταξη ΚΠολΔ 949.

Η συνταγματικότητα, πάντως, της διάταξης του αρ. 33 παρ. 4 του ν.2725/1999 είναι ιδιαίτερα αμφίβολη. Εισάγει έναν περιορισμό στο συνταγματικά κατοχυρωμένο δικαίωμα της ελευθερίας των συμβάσεων⁹⁴, που αποτελεί ειδικότερη εκδήλωση της γενικής

⁹⁴ Χρυσόγονος Κ., Ατομικά και Κοινωνικά Διακαιώματα, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα, 2002, σ.177επ.

οικονομικής ελευθερίας που κατοχυρώνεται στο αρ. Σ 5 παρ.1⁹⁵. Ο περιορισμός αυτός δύσκολα μπορεί να δικαιολογηθεί από την ύπαρξη δημόσιου συμφέροντος (Η νομολογία και ιδιαίτερα το ΣτΕ επικαλούνται συχνά το δημόσιο συμφέρον για να περισώσουν τη συνταγματικότητα ενός κοινού νόμου . Το ΣτΕ, δηλαδή, διακρίνει τους νόμους σε κοινούς νόμους και σε νόμους που εξυπηρετούν το γενικό δημόσιο συμφέρον και υπερτερούν των κοινών νόμων)⁹⁶. Εν προκειμένω, το δημόσιο συμφέρον θα συνιστούσε η προστασία του αθλητισμού και των αθλητικών οργανώσεων, που συνιστούν επίσης έκφραση του συνταγματικά κατοχυρωμένου δικαιώματος της αρχής του συνεταιρίζεσθαι (Σ16 παρ. 9 και Σ 12)⁹⁷. Επίσης, ίσως, θα μπορούσε να υποστηριχτεί ότι ο αθλητής βρίσκεται σε μία ειδική κυριαρχική σχέση σε σχέση με τον αθλητικό φορέα και συνεπώς νόμιμα υφίσταται κάποιους περιορισμούς στα δικαιώματά του. Ακόμα, όμως, και αν δεχτούμε ότι είναι έτσι τα πράγματα, ο περιορισμός αυτός δύσκολα συμβιβάζεται με την αρχή της αναλογικότητας, πράγμα που επιτάσσεται από το αρ. Σ 25παρ.1⁹⁸. Η αρχή της αναλογικότητας αποτελεί όριο των περιορισμών των ατομικών δικαιωμάτων. Σύμφωνα με την αρχή αυτή, μεταξύ του σκοπού που επιδιώκει ένας περιορισμός και της εντάσεως, εκτάσεως και διάρκειας του συγκεκριμένου περιορισμού πρέπει να υπάρχει εύλογη σχέση. Η σχέση δεν είναι εύλογη όταν α) ο περιορισμός είναι απρόσφορος για την επίτευξη του αποτελέσματος (αρχή της προσφορότητας) β) επαχθέστερος σε σχέση με το αναγκαίο (αρχή της αναγκαιότητας) γ) δυσανάλογος σε σχέση με τους λόγους που

⁹⁵ Τα ατομικά δικαιώματα, μάλιστα, πλέον με ρητή συνταγματική διάταξη (Σ25) αναπτύσσουν τριτενέργεια (<< ισχύουν και στις σχέσεις ιδιωτών στις οποίες προσιδιάζουν >>)

⁹⁶ Δαγκτόγλου, Ατομικά και Κοινωνικά Δικαιώματα, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 2003, Αντωνίου Θ., Περιορισμοί ατομικών δικαιωμάτων λόγω τέλεσης ολυμπιακών αγώνων, σε Κλαμαρή/ Μπρεδήμα/ Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, Εισηγήσεις και Πρακτικά Επιστημονικού Συνεδρίου, Αθήνα 2003, Εκδ Αντ.Ν.Σάκκουλα, σ.165

⁹⁷ Χρυσόγονος, οπ.π., σ.460επ.

⁹⁸ Χρυσόγονος, οπ.π., σ.92επ.

προκάλεσαν τον περιορισμό (αρχή αναλογικότητας εν στενή εννοία). Στην προκειμένη περίπτωση, πιστεύω ότι έχουμε παραβίαση της ειδικότερης αρχής της αναγκαιότητας και της αναλογικότητας εν στενή εννοία. Ο περιορισμός δηλαδή της συμβατικής ελευθερίας των αθλητών είναι κάτι ακραίο και δεν είναι ανάλογος της ανάγκης για προστασία των αθλητικών ομοσπονδιών και του αθλητισμού γενικότερα. Για αυτούς τους λόγους, πιστεύω, ότι η διάταξη θα πρέπει να μην εφαρμόζεται. Πρέπει να γίνει δεκτό ότι οι συμβάσεις αυτές αναπτύσσουν πλήρη αποτελέσματα από τη στιγμή της κατάρτισής τους. Καλό θα ήταν σε κάθε περίπτωση να πάρει θέση και η νομολογία επί του ζητήματος.

Τα πράγματα, όμως, δεν μπορούν να είναι έτσι στα ακόλουθα παραδείγματα: α) Η Π.Α.Ε. Ολυμπιακός έχει συνάψει σύμβαση sponsoring με την εταιρεία αθλητικών ειδών NIKE. Παράλληλα, ο ποδοσφαιριστής Α, άσος του Ολυμπιακού, συνάπτει ατομική σύμβαση sponsoring με την εταιρεία αθλητικών ειδών ADIDAS, β) η ελληνική ομοσπονδία στίβου έχει συνάψει σύμβαση sponsoring με την Εθνική Τράπεζα και η πρωταθλήτρια στίβου Β συνάπτει ατομική σύμβαση sponsoring με την Εμπορική Τράπεζα.

Σε αυτές τις περιπτώσεις, για λόγους προστασίας του ανταγωνισμού, δεν μπορεί να γίνει δεκτό ότι οι αθλητές είχαν δικαίωμα να συνάψουν τέτοια σύμβαση. Οπότε, νόμιμα σε αυτές τις περιπτώσεις, οι αθλητικές ομοσπονδίες μπορούν να μην παρέχουν έγκριση της σύμβασης (εφόσον, βέβαια, δεν γίνει δεκτή η παραπάνω άποψη περί αντισυνταγματικότητας του αρ. 33 παρ.4, οπότε σε τέτοια περίπτωση οι ομοσπονδίες θα μπορούσαν να προστατευτούν με επίκληση των διατάξεων του ν. 146/14). Τυχόν απαγορεύσεις των σωματείων ή των αθλητικών ανώνυμων εταιρειών για αυτό το ζήτημα είναι έγκυρες. Σε περίπτωση, τώρα, που ελλείψει τέτοιου όρου ή και παρά την ύπαρξη του

όρου, ο αθλητής συνάπτει μία τέτοια σύμβαση, το σωματείο ή η ομοσπονδία μπορούν να καταγγείλουν τη σύμβαση εργασίας του αθλητή για σπουδαίο λόγο ή μπορεί, ενδεχομένως, να ζητήσουν ακύρωση της δικαιοπραξίας (της σύμβασης sponsoring του αθλητή με την τρίτη εταιρεία) ως αντικείμενης στα χρηστά ήθη (απόλυτη ακυρότητα- ΑΚ 178) ή και αποζημίωση κατά το ΑΚ 919 ή και να στραφούν, υπό προϋποθέσεις, κατά του δεύτερου σπόνσορα με τις διατάξεις του ν. 146/14. Οπότε, πρέπει να καταλήξουμε ότι νόμιμα ο αθλητής συνάπτει ατομική σύμβαση σπόνσορικ με οποιαδήποτε εταιρεία πλην εταιρείας που δραστηριοποιείται στον ίδιο χώρο με εταιρεία που έχει συνάψει σύμβαση sponsoring με το σωματείο ή την ομοσπονδία (πχ. πρόκειται για 2 εταιρείες αθλητικών υποδημάτων, για δύο τράπεζες ή δύο εταιρείες τηλεφωνίας).

γ. sponsoring αθλητικών εκδηλώσεων

Sponsoring αθλητικών εκδηλώσεων έχουμε όταν χρηματοδοτείται μία αθλητική διοργάνωση με αντάλλαγμα την προβολή του σπόνσορα. Αθλητική διοργάνωση που μπορεί να γίνει αντικείμενο σύμβασης sponsoring είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Μουντιάλ, τα παγκόσμια πρωταθλήματα διάφορων αθλημάτων, η σειρά Golden League και τα Grand Prix στίβου, τα εθνικά πρωταθλήματα, τα κύπελλα Ευρώπης κτλ. Το sponsoring εκδηλώσεων μπορεί να πάρει τη μορφή της χρηματοδότησης σχετικά με τα έξοδα της διοργάνωσης ή τη δημιουργία χρηματικών βραβείων για τους νικητές αθλητές ή για τους αθλητές που πετυχαίνουν ρεκόρ (παγκόσμια πρωταθλήματα στίβου, Golden League

)⁹⁹. Στη δεύτερη περίπτωση, δημιουργείται μία τριμερής σχέση. Υπόσχεται, δηλαδή, ο σπόνσορας, στο δέκτη ότι θα καταβάλλει ένα ποσό σε τρίτο (αθλητή), εφόσον επέλθει η πλήρωση μίας αναβλητικής αίρεσης (νίκη ή ρεκόρ αθλητή). Πρόκειται, λοιπόν, για μία **σύμβαση υπέρ τρίτου** κατά τα άρθρα **ΑΚ 410 επ.** Ανάλογα με το αν ο τρίτος αποκτά άμεσο ενοχικό δικαίωμα απέναντι σε αυτόν που υποσχέθηκε (υποσχεθείς), η σύμβαση υπέρ τρίτου διακρίνεται σε γνήσια (αποκτά ο τρίτος άμεσο ενοχικό δικαίωμα) και μη γνήσια (ο τρίτος δεν αποκτά άμεσο ενοχικό δικαίωμα). Σε περίπτωση αμφιβολίας, γίνεται δεκτό ότι πρόκειται για μη- γνήσια σύμβαση υπέρ τρίτου, όπως προκύπτει από το άρθρο ΑΚ 411¹⁰⁰. Το μείζων, δηλαδή, η ύπαρξη δικαιώματος και του τρίτου (κατ' απόκλιση από την αρχή της σχετικότητας των ενοχών) πρέπει να αποδεικνύεται.

Ζήτημα μπορεί να τεθεί σε περίπτωση που η δράση αθλητή σε σχέση με την προβολή του ατομικού του σπόνσορα δημιουργεί σύγχυση σε σχέση με το ποιος είναι ο σπόνσορας της αθλητικής διοργάνωσης. Σε αυτήν την περίπτωση, δεν αποκλείεται να προκύψουν ευθύνες για αποζημίωση βάσει της διάταξης ΑΚ 914 για τον αθλητή και των διατάξεων ΑΚ 914, ΑΚ 919, αρ. 1 ν. 146/14 για τον ατομικό σπόνσορα του αθλητή¹⁰¹.

3. Περιορισμοί του αθλητικού sponsoring¹⁰²

Οι περιορισμούς του αθλητικού sponsoring μπορούν να διακριθούν σε περιορισμούς από το νόμο (α) και σε περιορισμούς από το καταστατικό των αθλητικών ενώσεων (β).

⁹⁹ Κάτι ανάλογο έχουμε μπορεί να συμβεί και σε άλλες μορφές sponsoring. Στα καλλιστεία, για παράδειγμα, ένας αριθμός σπονσόρων υπόσχεται ότι θα παρέχει στις νικήτριες χρηματικά ποσά και άλλα δώρα, όπως κοσμήματα, αυτοκίνητα κ.α.

¹⁰⁰ Σταθόπουλος, οπ.π., σ.556

¹⁰¹ βλ. και κατωτέρω ambush marketing

¹⁰² Σινανιώτη- Μαρούδη, οπ.π., σ.55

α. νομοθετικοί περιορισμοί και απαγορεύσεις

Οι γενικοί νομοθετικοί περιορισμοί του αθλητικού sponsoring έχουν σχέση με τις γενικές νομοθετικές ρυθμίσεις των άρθρων ΑΚ 174, 178, 179 καθώς και με την προστασία του δικαιώματος του αθλητή στην προσωπικότητα, στην εικόνα και στη φωνή. Συμφωνίες sponsoring, άλλωστε, που θίγουν τον πυρήνα της ιδιωτικής σφαίρας ή αναφέρονται σε θρησκευτικές αντιλήψεις μπορεί να θεωρηθεί ότι προσβάλλουν το δικαίωμα στην προσωπικότητα (ΑΚ 57, Σ 5παρ.1). Κρίσιμη είναι, βέβαια, η αξιολόγηση με βάση τα πραγματικά περιστατικά της συγκεκριμένης περίπτωσης.

Υποστηρίζεται¹⁰³ ότι η φύση του αθλητισμού μπορεί να υπαγορεύσει περαιτέρω περιορισμούς στο sponsoring, όπως γενικότερα στη διαφήμιση που συνδέεται με αθλητικές δραστηριότητες. Πράγματι, ο αθλητισμός έχει συνδεθεί με τον υγιεινό τρόπο ζωής, με την υγιεινή διατροφή, την υγεία, με εκστρατείες κατά του καπνίσματος και των ναρκωτικών. Πράγματι, θα ήταν ασυμβίβαστο με την ιδέα του αθλητισμού, ένας αθλητής να προβάλλει καπνοβιομηχανίες ή εταιρείες fast-food κτλ. Ήδη, σε κάποιες νομοθεσίες έχει απαγορευτεί η προβολή προϊόντων καπνού όπως και σε καταστατικά ομοσπονδιών. Το ζήτημα, όμως, πιστεύω είναι πολύ λεπτό. Όπως και να έχει κινούμαστε στα πλαίσια της ελευθερίας των συμβάσεων που κατοχυρώνεται και συνταγματικά (Σ 5 παρ. 1). Μία γενική απαγόρευση σύναψης σύμβασης αθλητικού sponsoring για ορισμένα προϊόντα δύσκολα θα μπορεί να σταθεί συνταγματικά. Τυχόν απαγορεύσεις και περιορισμοί θα πρέπει να τίθενται μόνο σε ακραίες περιπτώσεις που πραγματικά προκαλείται καταφανής αντίθεση με την ιδέα και τους σκοπούς του αθλητισμού.

β. περιορισμοί από το καταστατικό της ομάδας ή του συλλόγου

Συχνά τίθενται περιορισμοί από το καταστατικό της ομάδας ή της ομοσπονδίας σε σχέση με τη σύναψη συμβάσεων sponsoring από τους αθλητές που εντάσσονται σε αυτήν. Σε περίπτωση που όρος του καταστατικού αντίκειται στο νόμο ή στα χρηστά ήθη ή δεσμεύει υπερβολικά την ελευθερία του προσώπου είναι άκυρος (ΑΚ 174, 178, 179). Πάσχει από ακυρότητα, για παράδειγμα, όρος που περιορίζει υπέρμετρα τη συμβατική ελευθερία μέλους σωματείου και ο καθένας που έχει έννομο συμφέρον μπορεί να ζητήσει την αναγνώριση της ακυρότητας (ΑΚ 180) του όρου αυτού. Το ζήτημα σε σχέση με πειθαρχικές ποινές που επιβάλλονται από τη γ.σ. της οργάνωσης στα μέλη εξετάστηκε παραπάνω (υπό 6.2. Β).

4. ήττες - τραυματισμοί αθλητή

Τίθεται το ζήτημα: τι γίνεται σε περίπτωση που συνάπτεται μία σύμβαση αθλητικού sponsoring και στη συνέχεια η απόδοση του δέκτη-αθλητή μειώνεται αισθητά ή σε περίπτωση που ο δέκτης-αθλητής τραυματίζεται και αναγκάζεται να μείνει αρκετό καιρό εκτός ενεργού δράσης. Για παράδειγμα, έχουμε ένα νεαρό αθλητή στίβου που στους Ολυμπιακούς Αγώνες εντυπωσίασε τους πάντες κερδίζοντας το χρυσό μετάλλιο, καταρρίπτοντας το ολυμπιακό ρεκόρ. Όπως φαίνεται, το μέλλον του αθλητή αναμένεται λαμπρό. Έτσι, φυσικό είναι να εκδηλώνεται μεγάλο ενδιαφέρον για αυτόν από σπόνσορες για ενδεχόμενη σύναψη σύμβασης. Ας υποθέσουμε, λοιπόν, ότι αυτός ο αθλητής συνάπτει σύμβαση με μία μεγάλη εταιρεία αθλητικών ειδών. Τα επόμενα χρόνια, όμως, η πορεία του πάει από το κακό στο χειρότερο. Δεν καταφέρνει να διακριθεί ούτε σε εθνικό επίπεδο, ενώ

¹⁰³ Σινανιώτη- Μαρούδη, ο.π., Παναγιωτόπουλος, ο.π. .

σιγά- σιγά το κοινό τον ξεχνάει. Το ίδιο και στην περίπτωση που μία ποδοσφαιρική ομάδα μία χρονιά εκπλήσσει τους πάντες με την πορεία της, όμως η συνέχεια δεν είναι ανάλογη. Μπορεί να προστατευτεί ο σπόνσορας στην περίπτωση αυτή; Καλό είναι να υπάρχει πρόβλεψη στη σύμβαση σχετικά με την περίπτωση αυτή. Σε περίπτωση, όμως, που δεν υπάρχει πρέπει σε κάθε περίπτωση να αναγνωρίζεται στον σπόνσορα δικαίωμα έκτακτης καταγγελίας της σύμβασης. Ο σπόνσορας στηρίχτηκε στην καλή φήμη του αθλητή, στο image του, το οποίο είχε την εύλογη πεποίθηση ότι θα διατηρείτο για τα επόμενα χρόνια. Από τη στιγμή που η φήμη του αθλητή μεταβλήθηκε ουσιωδώς, δεν μπορούμε να απαιτήσουμε από τον σπόνσορα να εμμείνει στη μη συμφέρουσα πλέον για αυτόν σύμβαση. Η μεταβολή της φήμης, πάντως, πρέπει να είναι ουσιώδης. Δεν αρκεί μία απλή πτώση της απόδοσης (πχ. ο χρυσός ολυμπιονίκης να πάρει την 10^η θέση στο επόμενο παγκόσμιο πρωτάθλημα). Πρέπει να έχουμε μία τέτοια μεταβολή, ώστε η φήμη να έχει μεταβληθεί τόσο, ώστε και το ενδιαφέρον του κοινού (παθητικό στοιχείο στη σύμβαση sponsoring) να μην είναι πλέον το ίδιο για τον αθλητή.

Τα ίδια περίπου ισχύουν και σε περίπτωση σοβαρού τραυματισμού ενός αθλητή. Έτσι, πρέπει να αναγνωρίζουμε δικαίωμα έκτακτης καταγγελίας ή και δικαίωμα υπαναχώρησης στο σπόνσορα σε περίπτωση που ο αθλητής τραυματίζεται με αποτέλεσμα να μην μπορεί να ανταποκριθεί πλέον στη σύμβαση, δηλαδή να προβάλλει το σπόνσορα μέσω της αθλητικής του δραστηριότητας. Το θέμα μπορεί να λυθεί και με αναγνώριση ανυπαίτιας αδυναμίας παροχής εκ μέρους του δέκτη. Σε κάθε περίπτωση, θα ήταν καλό στη σύμβαση να γίνεται εκτενής αναφορά σε αυτά τα θέματα, που άλλωστε δεν σπανίζουν στην πράξη, ώστε να αποφεύγονται και προβλήματα.

Στην ακραία περίπτωση, τώρα, που έχουμε υπαίτια πρόκληση αυτοτραυματισμού από τον αθλητή, τότε θα έχουμε υπαίτια αδυναμία παροχής και τα αντίστοιχα δικαιώματα του σπόνσορα. Κάτι τέτοιο βέβαια είναι εξαιρετικά δύσκολο να αποδειχτεί.

5. Αθλητικό sponsoring και δίκαιο του ανταγωνισμού

α. αθέμιτη- παραπλανητική διαφήμιση

Στο πλαίσιο του αθλητικού sponsoring αλλά και του sponsoring γενικότερα δεν αποκλείεται να ανακύψουν ζητήματα ανταγωνισμού. Ένα πρώτο ζήτημα που μπορεί να προκύψει είναι αυτό της παραπλανητικής διαφήμισης, η οποία ρυθμίζεται από το αρ. 3 του ν. 146/14 περί αθέμιτου ανταγωνισμού. Αυτό το θέμα ανακύπτει στις περιπτώσεις της προβολής εταιρείας- σπόνσορα από γνωστό αθλητή-δέκτη, στις οποίες γίνεται σύνδεση του προβαλλόμενου προϊόντος με τον ενισχυόμενο αθλητή, για να επιτευχθούν τα καλύτερα δυνατά διαφημιστικά αποτελέσματα υπέρ του χορηγού.¹⁰⁴ Εφαρμογή του αρ. 3 ν. 146/14 μπορεί να έχουμε στην περίπτωση που εκφέρονται θετικές κρίσεις από τον δέκτη- αθλητή υπέρ προϊόντος που σχετίζεται άμεσα με την αθλητική του δραστηριότητα, πχ. ένας αθλητής στίβου μετά από μία μεγάλη βελτίωση της ατομικής επίδοσής του δηλώσει ότι οφείλει τη μεγάλη βελτίωσή του στα παπούτσια NIKE που άρχισε πρόσφατα να φοράει. Η προβολή του προϊόντος με αυτόν τον τρόπο θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι περιέχει μία αντικειμενική πρόταση ότι το προϊόν υπερέχει από τα όμοιά του, αφού προτιμάται από τον πρωταθλητή. Αυτό δεν ισχύει αν έχουμε εκφορά κρίσεων από τον αθλητή σχετικά με προϊόντα ή υπηρεσίες που είναι άσχετες με την αθλητική του δραστηριότητα (πχ.

¹⁰⁴ Σινανιώτη- Μαρούδη, ο.π., σ.58επ.

τραπεζικές εργασίες).¹⁰⁵ Για να γίνει δεκτή, πάντως, εφαρμογή του αρ.3 ν.146/14 θα πρέπει να πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις του, που είναι οι ακόλουθες¹⁰⁶: α) δημόσιες γνωστοποιήσεις ή ανακοινώσεις β) στο πλαίσιο γεωργικών, βιομηχανικών ή εμπορικών συναλλαγών γ) αντικειμενική ανακρίβεια των γνωστοποιήσεων δ) η ανακρίβεια να μπορεί να δημιουργήσει την εντύπωση ιδιαίτερα ευνοϊκής προσφοράς ε) δεν απαιτείται υπαιτιότητα ή σκοπός ανταγωνισμού. Σε περίπτωση που έχουμε σκοπό ανταγωνισμού, εφαρμοστέα είναι και η διάταξη του αρ. 1 ν. 146/14. Συνεπώς, βλέπουμε ότι για την εφαρμογή του αρ. 3 πρέπει να έχουμε και αντικειμενική ανακρίβεια των δηλώσεων, δηλαδή να μην ανταποκρίνονται αυτές στην πραγματικότητα, πράγμα που πολλές φορές θα είναι αρκετά δύσκολο να αποδειχτεί. Καλό θα ήταν για να αποφεύγονται τέτοια προβλήματα οι αθλητές- δέκτες να περιορίζονται στην προβολή του σπόνσορα και των προϊόντων του και ίσως σε απλές αναφορές στη στήριξη που είχαν από τον ίδιο τον σπόνσορα, χωρίς να προβαίνουν σε θετικές δηλώσεις υπέρ των προϊόντων του σπόνσορα. Τυχόν ρήτρα στη σύμβαση που υποχρεώνει τους δέκτες να προβαίνουν σε θετικές κρίσεις υπέρ των προϊόντων του σπόνσορα, αντιβαίνει στο άρθρο 14 παρ. 1 του Συντάγματος, και συνεπώς είναι άκυρη κατά το ΑΚ 174. Σχετικά, πάντως, με το ζήτημα της εκφοράς κρίσεων από τον αθλητή δεν αποκλείεται να τύχει εφαρμογής και η διάταξη του αρ. 9 ν. 2251/1994 που απαγορεύει την παραπλανητική διαφήμιση στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας. Παραπλανητική, σύμφωνα με αυτό το νόμο, είναι η διαφήμιση που το περιεχόμενο ή η μορφή της προκαλεί ή ενδέχεται να προκαλέσει πλάνη στα πρόσωπα, στα οποία απευθύνεται, επηρεάζοντας την οικονομική

¹⁰⁵ Σινανιώτη- Μαρούδη, οπ.π

¹⁰⁶ Λιακόπουλος, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, οπ.π.

συμπεριφορά τους¹⁰⁷. Βλέπουμε, οπότε, ότι η περίπτωση που περιγράψαμε παραπάνω μπορεί να υπαχθεί στο πραγματικό της διάταξης του αρ. 9 ν. 2251/1994, η οποία μπορεί να εφαρμοστεί σε αυτήν την περίπτωση¹⁰⁸.

β. **ambush marketing**¹⁰⁹

Ένα άλλο ζήτημα σχετικό με τον ανταγωνισμό που μπορεί να προκύψει στο πλαίσιο του αθλητικού sponsoring είναι το << **ambush marketing** >>¹¹⁰. Το ambush marketing είναι μία προσφιλής μέθοδος marketing με στόχο να συνδεθεί ο δέκτης του sponsoring με άλλη εταιρεία πέραν του ήδη συμβληθέντος σπόνσορα. Ορίζεται, δηλαδή, σαν μία στρατηγική αντιπερισπασμού με την έννοια ότι χρησιμοποιείται για να αποσπάσει την προσοχή του κοινού από έναν σπόνσορα, εμποδίζοντάς τον, με αυτόν τον τρόπο, να δρέψει όλες τις ωφέλειες από τη σύνδεσή του με το γεγονός. Για παράδειγμα, σε μία αθλητική διοργάνωση που ήδη διαθέτει σπόνσορα (sponsoring διοργάνωσης), συμφωνείται sponsoring της τηλεοπτικής μετάδοσης (τηλεοπτικό sponsoring) αυτής της διοργάνωσης. Η συμπεριφορά αυτή δεν είναι παράνομη αλλά το πιθανότερο είναι ότι το τηλεοπτικό κοινό θα συνδέσει την εταιρεία που προσφέρει τη τηλεοπτική μετάδοση με το αθλητικό γεγονός, περισσότερο από την εταιρεία που προσφέρει το ίδιο το αθλητικό γεγονός. Ένα άλλο παράδειγμα τέτοιας πρακτικής είχαμε στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Βαρκελώνης το 1992, στους οποίους παρά το

¹⁰⁷ Λιακόπουλος, ο.π., Καράκωστας, Το Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή

¹⁰⁸ βλ. αναλυτικότερα Χριστανό, Κοινοτικό Δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, 1997, σ.69επ, Κωστόπουλο, Διαφήμιση και << Ελληνικός Κώδικας Διαφήμισης >> σε Σύνδεσμο Ελλήνων Εμπορικόλογων: Η διαφήμιση και οι κώδικες δεοντολογίας (8^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εμπορικόλογων) 1998, σ.225επ., Αλεξανδρίδου, Έργα διαφήμιση και προστασία του καταναλωτή, ΔΕΕ 1998, σ.188, Λιακόπουλο, Δίκαιο Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας, Π.Ν.Σάκκουλας, σ.459επ.

¹⁰⁹ στα ελληνικά ο όρος αποδίδεται ως << καταχρηστικό >> ή << παρασιτικό >> ή << πειρατικό >> marketing.

¹¹⁰ Παναγιωτόπουλος, Αθλητικό Δίκαιο, σ.547, Γεώργιος Αυλωνίτης- Σοφοκλής Λαδιάς, Το ambush marketing και οι Ολυμπιακοί Αγώνες << Αθήνα 2004 >>, σε Lex Sportiva, Τόμος 4 (2005), Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 2006, σ.103επ.

ότι επίσημος σπόνσορας ήταν η εταιρεία Reebok, η ανταγωνίστριά της NIKE, φρόντισε εκτός Ολυμπιακού χωριού να αναρτηθούν μεγάλα πανό και να παίρνει συνεντεύξεις από αθλητές, των οποίων ήταν σπόνσορας. Αποτέλεσμα αυτού ήταν ότι περισσότεροι από 60% των διερωτώμενων θεωρούσαν ότι η NIKE ήταν επίσημος χορηγός των Ολυμπιακών Αγώνων και όχι η Reebok¹¹¹. Μια άλλη περίπτωση ambush marketing είναι να προσπαθεί μία επιχείρηση, που έχει συνάψει σύμβαση sponsoring με μία ομάδα ή έναν αθλητή που αναμένεται να διαδραματίσει σπουδαίο ρόλο στους αγώνες, να συνδεθεί έμμεσα και με το σπουδαίο γεγονός των αγώνων¹¹². Κάτι τέτοιο είχαμε στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας, όταν η EFG Eurobank, ένας από τους βασικότερους εγχώριους ανταγωνιστές της Alpha Bank, της επίσημης τράπεζας των αγώνων¹¹³, προσπάθησε να συνδεθεί με τους αγώνες στη συνείδηση του εγχώριου κοινού, τονίζοντας στη διαφημιστική της камπάνια ότι είναι ο αποκλειστικός χορηγός των Ελλήνων αθλητών στο στίβο, την ιστιοπλοΐα και όλων των εθνικών ομάδων μπάσκετ 2001-2004. Η πρακτική της EFG Eurobank να συνδεθεί έμμεσα, δηλαδή, με το γεγονός δεν είναι κατ' αρχήν παράνομη, αλλά δεν μπορεί να θεωρηθεί και απόλυτα θεμιτή. Στους αγώνες της Αθήνας, επίσης, η εταιρεία ειδών κολύμβησης << Speedo >>, προσπάθησε να εκμεταλλευτεί το 19χρονο αμερικανό αθλητή Mike Phelps, του οποίου ήταν σπόνσορας, ανακοινώνοντας πριν τους αγώνες ότι σε περίπτωση που θα κατέρριπτε ο εν λόγω αθλητής έναν αριθμό παγκοσμίων ρεκόρ θα του έδινε το ποσό των 1 εκατομμυρίων δολαρίων. Δεν αποκλείεται οι ambushers, για να πετύχουν το σκοπό τους να χρησιμοποιήσουν και προσωπικότητες και εκτός αθλητισμού.

¹¹¹ Παναγιωτόπουλος, ο.π.

¹¹² Αυλωνίτης- Λαδιάς, ο.π., σ.108επ.

¹¹³ Για την ιδιαίτερη περίπτωση του sponsoring σε Ολυμπιακούς Αγώνες και τη διαδικασία επιλογής σπονσόρων βλ. παρακάτω, υπό 8.

Χαρακτηριστική είναι η επιχειρηματική διαμάχη που ξέσπασε ανάμεσα στον επίσημο χορηγό των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στον τομέα των τηλεπικοινωνιών Cosmote και στη σημαντικότερη ανταγωνίστριά της, Vodafone. Η πρώτη κατηγορήσε τη δεύτερη για ambush marketing όταν ο Σάκης Ρουβάς, διάσημος Έλληνας τραγουδιστής, συντελεστής του καλλιτεχνικού προγράμματος της τελετής λήξης των αγώνων, του οποίου επίσημος χορηγός είναι η Vodafone, έκανε δηλώσεις υπέρ του εθελοντισμού. Η Cosmote θεώρησε ότι η Vodafone προσπάθησε να συνδεθεί εμμέσως με τους αγώνες, με τη δημιουργία του συνειρμού στη συνείδηση του κοινού << Ρουβάς- Vodafone- Εθελοντισμός- Ολυμπιακοί Αγώνες >>.

Το ambush marketing αποτελεί, συνεπώς, μία πρακτική που δεν μπορεί να χαρακτηριστεί παράνομη, είναι, όμως, κατά κάποιο τρόπο παρασιτική. Έτσι, σε περίπτωση που έχουμε πρόθεση ανταγωνισμού μπορεί να εφαρμοστεί η διάταξη του αρ. 1 ν. 146/14, η οποία απαγορεύει στις εμπορικές, βιομηχανικές και γεωργικές συναλλαγές κάθε πράξη που αντιβαίνει στα χρηστά ήθη. Η παρασιτική αυτή πρακτική μπορεί να θεωρηθεί ότι αντιβαίνει στα χρηστά ήθη. Συνεπώς, η διάταξη αυτή μπορεί να δώσει λύση σε αυτήν την περίπτωση. Έτσι, ο ζημιωθείς σπόνσορας έχει τις αξιώσεις των άρθρων 10 και 19 του ν. 146/14 κατά του παρασιτικού σπόνσορα, δηλαδή άρση της προσβολής, παράλειψη της προσβολής στο μέλλον και αποζημίωση, εφόσον ο διακαιούμενος έχει υποστεί ζημία και υπάρχει υπαιτιότητα από τον προσβάλλοντα¹¹⁴. Το ζήτημα είναι καλό να αντιμετωπίζεται και προληπτικά μέσω του ελέγχου των συμβολαίων των ομάδων, των εταιρειών και των αθλητών που μετέχουν στο γεγονός και με τη

¹¹⁴ Οι δύο πρώτες αξιώσεις παραγράφονται έξι μήνες από τότε που ο θιγόμενος πληροφορήθηκε την προσβολή και σε κάθε περίπτωση τρία χρόνια από τότε που έγινε η πράξη της προσβολής. Η αξίωση για αποζημίωση παραγράφεται έξι μήνες από τότε που ο θιγόμενος έμαθε τη ζημία που υπέστη και σε κάθε περίπτωση μετά τρία χρόνια από τη διενέργεια της ζημιογόνου πράξης

δημιουργία μίας ενημερωτικής καμπάνιας του κοινού σχετικά με τους σπόνσορες της διοργάνωσης¹¹⁵.

¹¹⁵ Αναλυτικότερα για τους τρόπους αντιμετώπισης βλ. Αυλωνίτη- Λαδιά οπ.π., σ.113επ.

ΣΤ. SPONSORING ΚΑΙ ΠΑΡΑΒΙΑΣΗ ΤΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ΠΕΡΙ DOPING

1. γενικά

Ένα από τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει στις μέρες μας ο αθλητισμός είναι αυτό της λήψης απαγορευμένων ουσιών, ενισχυτικών των αθλητικών επιδόσεων από τους αθλητές. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι το doping και το sponsoring τελούν σε μία άμεση σχέση, την οποία θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε σχέση αιτίου- αιτιατού. Η μεγάλη εμπορευματοποίηση του αθλητισμού το δεύτερο μισό του περασμένου αιώνα είναι αυτή που οδήγησε στην εμφάνιση και εξάπλωση αρνητικών φαινομένων στην αθλητική δράση, όπως το doping. Οι αθλητές δεν αγωνίζονται πια για έναν κλάδο ελιάς, αλλά κυρίως για τα τεράστια οικονομικά οφέλη που συνεπάγεται η κάθε τους νίκη. Το ενδιαφέρον των μεγάλων εταιρειών για επενδύσεις στο χώρο του αθλητισμού και, συνεπώς, η είσοδος του sponsoring σε αυτόν τον χώρο συντέλεσε καθοριστικά στην εμπορευματοποίηση του αθλητισμού. Πλέον, οι πρωταθλητές περιμένουν τεράστια συμβόλαια και πριμ μετά τις νίκες τους. Έτσι, είναι φυσικό ολόένα και περισσότεροι αθλητές να δελεάζονται από όλη αυτήν την εμπορευματοποίηση και να καταφεύγουν σε αθέμιτα μέσα προκειμένου να μεγιστοποιήσουν την αθλητική τους απόδοση και να πετύχουν μεγάλες νίκες. Παράλληλα, η ουσίες αυτές που λαμβάνονται από τους αθλητές είναι ιδιαίτερα επιβλαβείς για την υγεία τους. Έχουν αναφερθεί πολλά περιστατικά θανάτων ή προβλημάτων υγείας, όπως παθήσεις στο αίμα και την καρδιά ή και εμφάνιση όγκων συνεπεία της χρήσης ουσιών. Επίσης, ακούγεται ότι οι γυναίκες που προβαίνουν στη λήψη τέτοιων ουσιών αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα στην αναπαραγωγή, καθώς και άλλα ορμονολογικά και γυναικολογικά προβλήματα.

Γι' αυτούς τους λόγους, το doping ή φαρμακοδιέγερση, όπως αποδίδεται ο όρος στα ελληνικά, απαγορεύεται και τιμωρείται. Στον τίτλο του κεφαλαίου, αναφέρουμε τον όρο << παραβίαση της νομοθεσίας περί doping >> και όχι απλώς χρήση αναβολικών, καθώς η νομοθεσία περί doping απαγορεύει και άλλες συμπεριφορές που δεν συνιστούν απλά χρήση ουσιών. Τιμωρείται, για παράδειγμα, και η άρνηση ή αποφυγή ελέγχου doping.

Όπως θα δούμε παρακάτω, το doping και οι συνέπειές του έχουν τριπλή διάσταση: την πειθαρχική, την ποινική και την ηθική. Παράλληλα, όμως, το doping μπορεί να έχει καθοριστικές συνέπειες και στη σύμβαση sponsoring που ενδεχομένως να έχει συνάψει ο παραβάς τη νομοθεσία περί doping αθλητής. Γεννιούνται, λοιπόν, κάποια ειδικότερα προβλήματα που είναι σκόπιμο να εξετάσουμε. Πιο πριν, όμως, ας κάνουμε μία σύντομη αναφορά στο doping.

2. το doping- ιστορικά στοιχεία

Η πρώτη απόπειρα τεχνητής μεγιστοποίησης της αθλητικής επίδοσης συνέβη ήδη στους Ολυμπιακούς Αγώνες της αρχαιότητας, τον 8^ο αιώνα π.Χ., όταν αθλητές έτρωγαν γεννητικά όργανα αρνιών (είδος σημερινής τεστοστερόνης).

Στη μοντέρνα ιστορία, το doping εμφανίστηκε μεμονομένα από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα.

Για πρώτη φορά γίνεται αναφορά στο doping στην Ολυμπιάδα του Σεντ-Λούις το 1904, όταν ο χρυσός νικητής του Μαραθωνίου Thomas Hicks, πήρε στρυχνίνη και μπράντυ πριν και κατά τη διάρκεια του αγώνα. Μετά τον αγώνα λιποθύμησε και χρειάστηκε αρκετή ώρα για να συνέλθει. Τότε, ακόμα δεν υπήρχε κάποια ρητή απαγόρευση χρήσης ουσιών, οπότε και ο αθλητής κράτησε το χρυσό του μετάλλιο.

Η πρώτη φορά, όμως, που είχαμε επίσημο κρούσμα λήψης απαγορευμένων ουσιών είχε τραγικό χαρακτήρα. Ήταν στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Ρώμης του 1960. Εκεί ο αθλητής της ποδηλασίας Gnout Jenssen από τη Δανία, στο αγώνισμα των 100 χλμ. επί δημόσιας οδού, στο 20^ο χλμ. απώλεσε αρχικά τις αισθήσεις του και στη συνέχεια μεταφερόμενος στο νοσοκομείο << Άγιος Ευγένιος >> της Ρώμης, εξέπνευσε. Κατά τη διάρκεια της νεκροψίας διαπιστώθηκε ότι ο παραπάνω αθλητής είχε κάνει χρήση απαγορευμένων ουσιών.¹¹⁶ Γενικότερα, σε εκείνη την Ολυμπιάδα υπήρξαν διάφορα κρούσματα περιέργων λιποθυμιών των αθλητών που από πολλούς αποδόθηκαν σε χρήση ουσιών.

Οι πρώτοι επίσημοι έλεγχοι doping άρχισαν το 1966, ενώ την πρώτη περίπτωση αφαίρεσης μεταλλίου λόγω χρήσης απαγορευμένων ουσιών είχαμε στην Ολυμπιάδα του 1968 (Πόλη του Μεξικό), όπου ο Σουηδός πενταθλητής Hans Gunner Liljennal βρέθηκε θετικός σε έλεγχο doping και αναγκάστηκε να επιστρέψει τι χάλκινο μετάλλιο που είχε κερδίσει. Κρούσματα χρήσης απαγορευμένων ουσιών είχαμε και στις επόμενες Ολυμπιάδες, με αποκορύφωμα, την Ολυμπιάδα της Σεούλ το 1988. Στον τελικό των 100 μέτρων νικητής αναδείχτηκε ο Καναδός σπρίντερ Ben Johnson με την ασύλληπτη επίδοση 9.79, που αποτελούσε μεγάλο παγκόσμιο ρεκόρ. Τις επόμενες μέρες βρέθηκε θετικός σε έλεγχο doping και το χρυσό μετάλλιο του αφαιρέθηκε. Μετά την επιστροφή του στους στίβους μετά από τον αποκλεισμό που του είχε επιβληθεί, βρέθηκε για δεύτερη φορά θετικός σε έλεγχο και έτσι του επιβλήθηκε η ποινή του ισόβιου αποκλεισμού, τερματίζοντας έτσι άδοξα την καριέρα του. Στον ίδιο εκείνο τελικό των 100μ., όμως, τα πράγματα ήταν πιο μπερδεμένα από ό,τι φαίνεται. Σύμφωνα με φήμες, έξι από τους οχτώ αθλητές του

¹¹⁶ Ευάγγελος Φιλίππου, Η Ιστορία των Σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων 1896-2000, Εκδ. Σαββάλας 2002, σ.396

τελικού είχαν βρεθεί θετικοί σε έλεγχο, κάτι που, όμως, αποσιωπήθηκε, ενώ ο Carl Louis, ο αμερικανός αθλητής που τερμάτισε δεύτερος και πήρε το χρυσό μετάλλιο μετά τον αποκλεισμό του Τζονσον, είχε βρεθεί θετικός στα αμερικανικά τράιαλς¹¹⁷ πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες, κάτι που αποκρύφθηκε, όμως, από τους αμερικανούς που δεν ήθελαν να χάσουν τα μετάλλια που αναμενόταν να κέρδιζε ο αθλητής αυτός. Στις γυναίκες, κατά τη διάρκεια των ίδιων αγώνων, ξεχώρισε η μορφή της Florence Griffith- Joyner, της αμερικανίδας αθλήτριας που με πραγματικά ανδρικές επιδόσεις κέρδισε τα 100μ και τα 200μ.¹¹⁸ Η αθλήτρια αυτή ποτέ δεν είχε βρεθεί θετική σε έλεγχο. Παρ' όλα αυτά όλοι υποψιάζονταν ότι δεν ήταν τελείως << καθαρή >>. Είναι χαρακτηριστικό ότι ανακοίνωσε την απόσυρσή της από την ενεργό δράση μόλις δύο μέρες μετά από την ανακοίνωση ότι θα διενεργούνται αιφνίδιοι έλεγχοι doping κατά τη διάρκεια των προπονήσεων και ότι πέθανε από καρδιά στην ηλικία των 39 το 1997, πράγμα που αποδόθηκε από πολλούς στην υπερβολική χρήση αναβολικών.

Κρούσματα doping είχαμε και στις επόμενες Ολυμπιάδες και Παγκόσμια Πρωταθλήματα, ενώ από νωρίς είχαμε κρούσματα doping και σε Έλληνες Αθλητές.¹¹⁹ Ολοένα και περισσότεροι αθλητές βρίσκονταν θετικοί σε ελέγχους και αφαιρούνταν τα μετάλλια από αυτούς. Σήμερα, η κατάσταση δεν έχει αλλάξει ουσιαστικά. Αυτά τα αρνητικά φαινόμενα συνεχίζονται και δυστυχώς η κατάσταση είναι πολύ χειρότερη από ότι παρουσιάζεται καθώς το doping πάντα θα βρίσκεται ένα βήμα μπροστά από το αντι-doping.

¹¹⁷ Τα τράιαλς (trials) είναι το εθνικό πρωτάθλημα στίβου των Η.Π.Α., που γίνεται κάθε χρόνο στις αρχές του καλοκαιριού και αποτελεί κριτήριο για τη στελέχωση της εθνικής ομάδας των Η.Π.Α. για τη συμμετοχή στην εκάστοτε μεγάλη διοργάνωση που ακολουθεί. Συνήθως, οι τρεις πρώτοι αθλητές σε κάθε αγώνισμα προκρίνονται για τη συμμετοχή στη διεθνή διοργάνωση.

¹¹⁸ Με επίδοση 10.54 στα 100μ. και 21.34 στα 200μ. Νωρίτερα την ίδια χρονιά, είχε καταρρίψει το παγκόσμιο ρεκόρ στα 100μ. με επίδοση 10.49!

¹¹⁹ Η ακοντίστρια Άννα Βερούλη, πρωταθλήτρια Ευρώπης το 1982 βρέθηκε θετική σε έλεγχο κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του 1984 στο Λος Άντζελες.

3. νομικο πλαισιο

3.1. διεθνής νομοθεσία

Στο διεθνή χώρο, το doping αντιμετωπίζεται από τον Ολυμπιακό Καταστατικό Χάρτη, και συγκεκριμένα από την παράγραφο του κεφαλαίου 5 που προβλέπει ως θεμελιώδη υποχρέωση των αθλητών τη συμμόρφωση με τον Παγκόσμιο Κώδικα Αντι- Doping και με τον Κώδικα ηθικής της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής. Προϋπόθεση, μάλιστα, της συμμετοχής τους στους Ολυμπιακούς Αγώνες, σύμφωνα με τον κανόνα αυτό είναι η υπογραφή μίας δήλωσης που ανάμεσα στα άλλα αναφέρει τα παραπάνω¹²⁰.

Επίσης, το 2003 συστήθηκε από τη Δ.Ο.Ε η Παγκόσμια Οργάνωση κατά του doping (World Anti- Doping Agency- W.A.D.A), που λειτουργεί ως ανεξάρτητος παρατηρητής, έχει την έδρα της στη Λωζάννη και αποτελείται από 11 άτομα με εμπειρία σε θέματα επιστήμης, διοίκησης και νομικής φύσεως του doping. Η οργάνωση αυτή διαμόρφωσε λεπτομερή Κώδικα κατά του doping (World Anti- Doping Code), που υιοθετήθηκε στην Παγκόσμια συνδιάσκεψη αντι-doping στην Κοπεγχάγη (3-5 Μαρτίου 2003). Σύμφωνα με τον κανόνα 44 του κεφαλαίου 5 του Ολυμπιακού Καταστατικού Χάρτη¹²¹, ο Παγκόσμιος Κώδικας Αντι- Doping είναι δεσμευτικός για όλο το ολυμπιακό κίνημα. Άρα, τα κράτη και οι αθλητές, σύμφωνα με τον Ολυμπιακό Καταστατικό Χάρτη, είναι υποχρεωμένα να συμμορφώνονται με αυτόν τον Κώδικα. Ο κώδικας αυτός περιέχει

¹²⁰ International Olympic Committee (IOC) (2004), Olympic Charter, Chapter 5: 45 page 84 , D. Panagiotopoulos (2000), << The Law of Olympic Athlete >>, in 40th session of International Olympic Academy, 16 July- 8 August, Olympia, Greece

¹²¹ International Olympic Committee (IOC) (2004), Olympic Charter, Chapter 5: 44 page 82

λεπτομερείς διατάξεις για τις απαγορευμένες ουσίες, τη διαδικασία ελέγχου και τις κυρώσεις.

Κανόνες για το doping περιέχουν και οι διεθνείς αθλητικές ομοσπονδίες στα καταστατικά τους.

Στον ευρωπαϊκό χώρο, υπάρχει, επίσης, νομοθεσία για την αντιμετώπιση του doping. Οι Ευρωπαίοι υπουργοί το 1975 στις Βρυξέλλες υιοθέτησαν έναν ευρωπαϊκό καταστατικό χάρτη αντι-doping για τον αθλητισμό, ο οποίος διακήρυττε μία σειρά μέτρων που είχαν πάρει τα κράτη για να καταστείλουν τη χρήση ουσιών doping στη χώρα τους. Το 1989 υπογράφηκε νέα ευρωπαϊκή σύμβαση κατά του doping στο Στρασβούργο, η οποία διακήρυττε μέτρα κατά του doping και περιείχε και παράρτημα με λίστα των απαγορευμένων ουσιών. Η σύμβαση αυτή κυρώθηκε από την Ελλάδα με το νόμο 2371/1996.

3.2. εθνική νομοθεσία

Στην Ελλάδα από το ν. 75/1975 υπήρχαν διατάξεις σχετικές με το doping. Οι διατάξεις αυτές συνεχίστηκαν και στα επόμενα νομοθετήματα που ήταν σχετικά με τον αθλητισμό για να καταλήξουν στην τωρινή τους ολοκληρωμένη μορφή στο ν. 2725/1999, όπως τροποποιήθηκαν με το ν. 3057/2002. Έτσι, λοιπόν, ο νόμος 2725 στα άρθρα 128 Α ως 128Ι Δ ρυθμίζει ένα ευρύ και ολοκληρωμένο νομικό πλαίσιο για το doping που σε συνδυασμό με τη διάταξη του αρ. 130 του ν.2725¹²², θεμελιώνουν την τριπλή διάσταση του doping.

Πιο συγκεκριμένα, σε αυτά τα άρθρα δίνεται αρχικά ένας ορισμός του doping και άλλων όρων που χρησιμοποιούνται στο νόμο (αρ.128^Α 128Β), αναφέρονται τα απαγορευμένα μέσα καθώς και η διαδικασία ελέγχου doping (αρ.128Γ) και συστήνεται το Εθνικό Συμβούλιο Καταπολέμησης του Doping (Ε.Σ.Κ.Α.Ν.). Στα άρθρα 128 Ζ και Η

προβλέπονται λεπτομερώς οι πειθαρχικές παραβάσεις¹²³ και κυρώσεις και στο αρ.128Θ οι ποινικές κυρώσεις¹²⁴. Βλέπουμε, λοιπόν, ότι παραβίαση της νομοθεσίας περί doping επισύρει κυρώσεις α) πειθαρχικές β) ποινικές γ) ηθικές, καθώς οδηγεί σε αφαίρεση της φιλάθλου ιδιότητας από την Επιτροπή Φιλιάθλου Πνεύματος (Ε.Φ.Ι.Π.) κατά το άρθρο 130 ν.2725/1999.

4. Συνέπειες της παράβασης της νομοθεσίας περί doping από τον δέκτη αθλητή

4.1. γενικά

Η περίπτωση κατά την οποία σε μία σύμβαση sponsoring έχουμε παραβίαση της νομοθεσίας περί doping από το δέκτη- αθλητή κατ' αρχήν είναι μία ειδικότερη περίπτωση ανώμαλης εξέλιξης της ενοχής και ειδικότερα πλημμελούς εκπλήρωσης της παροχής. Τα πράγματα, φαίνονται, να είναι αρκετά απλά στην πιο συνηθισμένη περίπτωση κατά την οποία ο ενήλικος δέκτης αθλητής, εν γνώσει του, προβαίνει σε παραβίαση της νομοθεσίας περί doping. Όπως είχαμε πει παραπάνω, το sponsoring στηρίζεται στο image, την καλή φήμη του δέκτη. Από τη στιγμή που αυτή η καλή φήμη έχει μεταβληθεί (όπως συμβαίνει στην περίπτωση του doping), ο δεσμός του σπόνσορα με το δέκτη, που δημιουργείται με τη σύμβαση, όχι μόνο δεν ωφελεί το σπόνσορα, αλλά μπορεί και να οδηγήσει σε αντίθετα αποτελέσματα. Οπότε, είναι λογικό ο σπόνσορας να έχει δικαίωμα να αποδεσμευτεί από τη σύμβαση.

Τα πράγματα, όμως, δεν είναι πάντα τόσο απλά. Υπάρχουν περιπτώσεις που το δικαίωμα αποδέσμευσης δεν είναι τόσο προφανές.

¹²² τήρηση φιλάθλου πνεύματος.

¹²³ Ενδιαφέρον παρουσιάζει το ότι αποτελούν παραβάσεις όχι μόνο η λήψη απαγορευμένων ουσιών αλλά και η προτροπή- παρακίνηση-έγκριση, καθώς και η άρνηση ή αποφυγή αθλητή να υποβληθεί σε έλεγχο doping.

Ας σκεφτούμε τα ακόλουθα παραδείγματα:

- 15χρονη πρωταθλήτρια της ενόργανης γυμναστικής παραβιάζει τη νομοθεσία doping προφανώς χωρίς υπαιτιότητά της.
- ο σέντερ φορ και διασημότερος παίκτης μίας ομάδας βρίσκεται θετικός σε έλεγχο doping. Τι γίνεται με τη σύμβαση sponsoring της ομάδας;
- το ένα από τα δύο μέλη μίας ομάδας beach volley παραβιάζει τη νομοθεσία περί doping. Τι θα συμβεί με τη σύμβαση sponsoring όλης της ομάδας

Όπως βλέπουμε, η λύση στις παραπάνω περιπτώσεις δεν είναι τόσο απλή. Στην ανάλυση που θα ακολουθήσει θα προσπαθήσουμε αρχικά να δούμε τα δικαιώματα που έχει ο σπόνσορας σε περίπτωση παραβίασης από το δέκτη της νομοθεσίας περί doping, ενώ στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να δώσουμε κάποια λύση στις ειδικότερες περιπτώσεις που παρουσιάζουν ενδιαφέρον.

Γ4.2. Δυνατότητες του σπόνσορα

α. δικαίωμα έκτακτης καταγγελίας της σύμβασης

Σύμφωνα με την απολύτως κρατούσα άποψη¹²⁵ στη θεωρία, η παραβίαση της νομοθεσίας περί doping από το δέκτη- αθλητή, δίνει στον σπόνσορα το δικαίωμα να καταγγείλει τη σύμβαση για σπουδαίο λόγο. Πράγματι, κατά γενική αρχή του δικαίου, οι διαρκείς ενοχικές συμβάσεις ορισμένου ή αορίστου χρόνου λύονται εκτός των άλλων και

¹²⁵ Ιωάννης Κ. Αναγνωστόπουλος, << Η παράβαση κανόνων αντι- doping και οι συνέπειές της στη σύμβαση χορηγίας >>, σε Lex Sportiva, Επετηρίδα Αθλητικού Δικαίου Τόμος 4 (2005), Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα, σ.163επ., Σιναιωτή- Μαρούδη, οπ.π., σ.54, Παναγιωτόπουλος, οπ.π., σ.554-555

με καταγγελία για σπουδαίο λόγο¹²⁶. Σπουδαίο λόγο στοιχειοθετούν περιστατικά, τα οποία με τις συγκεκριμένες περιστάσεις καθιστούν τόσο επαχθή για αυτόν που τα επικαλείται, τη συνέχιση της σύμβασης, ώστε κατά καλή πίστη και την ευθύτητα και εντιμότητα και την εμπιστοσύνη, που απαιτούνται στις συναλλαγές, να μην είναι δυνατό να αξιωθεί από αυτόν η συνέχιση της συμβατικής του δέσμευσης¹²⁷.

Όπως έχουμε αναφέρει (υπό 3) παραπάνω, η σύμβαση sponsoring αποτελεί κλασική περίπτωση διαρκούς συμβάσεως. Συνεπώς, δεν μπορούμε να αρνηθούμε στους συμβαλλομένους δικαίωμα καταγγελίας για σπουδαίο λόγο, ακόμα και αν αυτό δεν προβλέπεται στη σύμβαση. Η παραβίαση της νομοθεσίας περί doping από τον δέκτη αποτελεί << σπουδαίο λόγο >>, καθώς στερεί τη σύμβαση από το περιεχόμενό της. Η παραβίαση της νομοθεσίας περί doping είναι μία πράξη κοινωνικά αποδοκιμαστέα που πέρα από τις νομικές συνέπειες, επισύρει και κοινωνικές, οδηγεί, δηλαδή, στον κοινωνικό αποκλεισμό, στην κατακραυγή και, κυρίως, στην αμφισβήτηση όλης της προηγούμενης πορείας καθώς και της ενδεχόμενης μελλοντικής επιτυχίας του αθλητή. Το sponsoring βασίζεται στην καλή φήμη του δέκτη και μέσω αυτής επιδιώκεται να προβληθεί ο σπόνσορας. Στην περίπτωση της παραβίασης της νομοθεσίας περί doping, η προβολή πλέον δεν συμφέρει το σπόνσορα. Οποιαδήποτε σύνδεσή του με τον αθλητή που << παραστράτησε >> μόνο αρνητικά αποτελέσματα μπορεί να έχει για αυτόν και τα προϊόντά του. Άρα, σε κάθε περίπτωση στοιχειοθετείται σπουδαίος λόγος για την καταγγελία της σύμβασης. Άλλωστε, πλέον το doping σε πολλές περιπτώσεις συνιστά και ποινικό αδίκημα.

¹²⁶ συνδυασμός άρθρων ΑΚ 281, 288, 588, 672 και 766, ΠολΠρΑθ 24/2002 αδημος., Παναγιωτόπουλος, οπ.π., Αναγνωστόπουλος οπ.π.

¹²⁷ Καρακατσάνης, Γαρδίκας, Ατομικό Εργατικό Δίκαιο, Εκδ.Αντ.Ν.Σάκκουλα, Αθήνα- Κομοτηνή 1995, 885, ΟΛΑΠ 858/1984 ΕΕΔ 43.624, ΑΠ 3490/1990 ΕΕΔ 50.68, ΑΠ 396/1993 ΔΕΝ 50.238

Καλό θα είναι σε κάθε περίπτωση για να αποφεύγονται προβλήματα στη σύμβαση να προβλέπεται στη σύμβαση δυνατότητα καταγγελίας του σπόνσορα σε περίπτωση παραβίασης της νομοθεσίας περί doping από τον αθλητή. Καλό θα είναι, επίσης, να προβλέπονται στη σύμβαση και τυχόν αστικές συνέπειες.

β. επιγενόμενη αδυναμία παροχής

Υποστηρίζεται¹²⁸, επίσης, ότι προκειμένη περίπτωση μπορεί να θεωρηθεί επιγενόμενη υπαίτια (τις περισσότερες φορές) αδυναμία παροχής. Πράγματι, όπως είπαμε, σε περίπτωση που γίνει γνωστή η παραβίαση από το δέκτη- αθλητή της νομοθεσίας περί doping, δεν είναι σε θέση πλέον να εκπληρώσει την παροχή του. Συνεπώς, έχουμε εφαρμογή των διατάξεων της επιγενόμενης αδυναμίας παροχής. Θα έχουμε, δηλαδή εφαρμογή της διάταξης ΑΚ 382, που δίνει στον σπόνσορα τρία δικαιώματα που τελούν σε σχέση διαζευκτικής συρροής: το δικαίωμα κοινής απαλλαγής, το δικαίωμα αποζημίωσης και το δικαίωμα υπαναχώρησης σωρευτικά με τη μικρή αποζημίωση του ΑΚ 387¹²⁹.

Η αποζημίωση, θα περιλαμβάνει το θετικό διαφέρον, δηλαδή τη θετική ζημία και το διαφυγόν κέρδος που υπέστη από την αδυναμία παροχής του αθλητή. Θα ζητήσει, δηλαδή, ο σπόνσορας ό,τι θα κέρδιζε σε περίπτωση που αθλητής δεν είχε κάνει την παραβίαση.

Τι γίνεται, τώρα, στην περίπτωση που αθλητής αποδειχτεί ότι έκανε χρήση απαγορευμένων ουσιών καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης sponsoring εν αγνοία του σπόνσορα; Μπορούμε να δεχτούμε ότι ο σπόνσορας μπορεί να αναζητήσει ό,τι κατέβαλε με τη διάταξη του ΑΚ 904; Ορθότερο είναι να δεχτούμε πως όχι. Ακόμα και αν ο αθλητής δεν

¹²⁸ Σινανιώτη- Μαρούδη, οπ.π., σ.54

¹²⁹ βλ. και ανωτέρω υπό << ανώμαλη εξέλιξη της σύμβασης sponsoring >>

ήταν << καθαρός >>, η σύμβαση λειτουργούσε κανονικά. Ο αθλητής απολάμβανε καλής φήμης στο ευρύ κοινό, οπότε ο σπόνσορας προβαλλόταν μέσω αυτής της καλής φήμης. Γι' αυτό το λόγο, ακόμα και αν η παροχή του σπόνσορα είχε τη μορφή της εφ' άπαξ καταβολής ενός ποσού, το οποίο κατεβλήθη στην αρχή της σύναψης της σύμβασης, στην περίπτωση που εξετάζουμε ο αθλητής θα πρέπει να επιστρέψει με το ΑΚ 904 μόνο το ποσό που αντιστοιχεί στη μετά τη γνωστοποίηση στο ευρύ κοινό της παραβίασης της νομοθεσίας περί doping. Κρίσιμος χρόνος, άρα, για την εμφάνιση της ανωμαλίας στη σύμβαση δεν είναι η έναρξη της παρανομίας του αθλητή αλλά το χρονικό σημείο που έγινε γνωστή στο ευρύ κοινό αυτή η παρανομία. Αυτό που μας ενδιαφέρει, λοιπόν, στη σύμβαση sponsoring είναι **το φαίνεσθαι και όχι το είναι**, ποια είναι δηλαδή η εικόνα του δέκτη στο ευρύ κοινό και όχι τι πραγματικά είναι ο δέκτης.

4.3 ειδικότερες περιπτώσεις

α. γενικά

Τα παραπάνω ισχύουν κατά βάση στις απλές περιπτώσεις που ο δέκτης-αθλητής ατομικού αθλήματος εν γνώσει του παραβίασε τη νομοθεσία περί doping. Τι γίνεται, όμως, αν τα πράγματα δεν είναι τόσο απλά; Ας δούμε τις ακόλουθες περιπτώσεις.

β. έλλειψη υπαιτιότητας στο πρόσωπο του δέκτη- αθλητή

Στις περισσότερες περιπτώσεις ο αθλητής γνωρίζει ότι παραβιάζει τη νομοθεσία περί doping. Υπάρχουν, όμως, και κάποιες περιπτώσεις που ο αθλητής υποστηρίζει ότι δεν ήξερε τίποτα. Είναι πάρα πολύ συνηθισμένο το φαινόμενο οι αθλητές να υποστηρίζουν ότι οι ίδιοι ποτέ δεν είχαν χρησιμοποιήσει απαγορευμένες ουσίες εν γνώσει τους ή ότι κάποιος άλλος έριξε την ουσία στο ποτό ή το φαγητό τους. Κάτι τέτοιο,

βέβαια, σπάνια γίνεται πιστευτό και είναι, άλλωστε, εξαιρετικά δύσκολό να αποδειχτεί. Περισσότερο πιστευτή, ίσως, είναι η άγνοια σχετικά με την παραβίαση υπό τη μορφή της αποφυγής υποβολής σε έλεγχο doping (ν.2725/1999 αρθρ. 127Z παρ.2^{α130}), με το σκεπτικό ότι δεν ειδοποιήθηκε ο αθλητής για τον έλεγχο .

Πάντως, οι πειθαρχικές παραβάσεις doping (ν.2725/1999 αρ.128Z) δεν προϋποθέτουν υπαιτιότητα¹³¹. Τυχόν έλλειψη υπαιτιότητας μπορεί να παίζει ρόλο μόνο στην επιμέτρηση της ποινής¹³². Πρέπει, να δεχτούμε το ίδιο και όσον αφορά τη σύμβαση sponsoring; Κατ' αρχήν η απάντηση, νομίζω, πρέπει να είναι θετική. Η φήμη του δέκτη έχει σπλωθεί και δεν μπορεί να παρέχει πια τις υπηρεσίες του στο σπόνσορα. Πρέπει να μείνουμε στο αντικειμενικό γεγονός της παράβασης και να μην επηρεαστούμε από την έλλειψη υπαιτιότητας.

Θα είναι ίδια η απάντηση, όμως, και στην περίπτωση **προφανούς έλλειψης υπαιτιότητας**; Πχ. η 15χρονη παγκόσμια πρωταθλήτρια ενόργανης γυμναστικής βρίσκεται θετική σε έλεγχο. Η αθωότητα και το νεαρό της ηλικίας της αποκλείουν την εν γνώσει της χρήσης των απαγορευμένων ουσιών και η κοινή γνώμη είναι υπέρ της. Αποδεικνύεται ότι οι προπονητές έριχναν ουσίες στο νερό της νεαρής αθλήτριας. Η πειθαρχική ποινή θα πρέπει να επιβληθεί. Το πειθαρχικό αθλητικό δίκαιο πρέπει να είναι ένα << σκληρό >> δίκαιο, καθώς πρέπει να εξασφαλίσει τη γνησιότητα των αθλητικών αποτελεσμάτων¹³³. Τι θα

¹³⁰ αποτελεί πειθαρχική παράβαση doping η άρνηση ή αποφυγή αθλητή να υποβληθεί σε έλεγχο doping).

¹³¹ Αντίθετα, οι ποινικές προϋποθέτουν καθώς το ποινικό δίκαιο διέπει η αρχή της υπαιτιότητας. (nulla poena sine culpa) ΠΚ 14παρ.1 (Βλ. Μανωλεδάκη, Μελέτες για εμβάθυνση στο Ποινικό Δίκαιο 1978-1989, 1990, σ.139επ.)

¹³² Οι ισχυρισμοί των αθλητών περί έλλειψης δόλου ή αμέλειας, εφόσον αποδειχθούν και, ιδιαίτερα, σε περίπτωση χρήσης απαγορευμένων ουσιών, με την προϋπόθεση απόδειξης του τρόπου με τον οποίο βρέθηκε η ουσία στον οργανισμό τους, μπορούν να οδηγήσουν σε εξαιρετικές περιπτώσεις σε επιβολή ελαφρύτερης ποινής ή και σε πλήρη απαλλαγή (άρθρο 10.5 Παγκόσμιου Κώδικα Αντι-Doping)

¹³³ βλ. σχετικά Αχιλλέας Μαυρομάτης, Η αντικειμενική ευθύνη στο doping, σε Lex Sportiva, Τόμος 4 (2005), Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα, σ.139επ.

γίνει, όμως, σχετικά με τη συναφθείσα σύμβαση sponsoring; Εδώ, πιστεύω, τα πράγματα μπορούν να είναι διαφορετικά. Αυτό που διαφέρει από την αρχική περίπτωση είναι ότι εδώ δεν έχουμε απλά έλλειψη υπαιτιότητας, αλλά έχουμε **προφανή** έλλειψη υπαιτιότητας, η οποία οδηγεί στη συσπείρωση της κοινής γνώμης υπέρ του αθλητή. Έτσι, τυχόν, άσκηση δικαιώματος καταγγελίας από το σπόνσορα μπορεί να είναι υπό προϋποθέσεις καταχρηστική (ΑΚ 281), καθώς θα είναι αντίθετη προς την καλή πίστη. Άλλωστε, όπως, είπαμε και παραπάνω αυτό που μας ενδιαφέρει είναι το φαίνεσθαι και όχι το είναι. Από τη στιγμή που το ευρύ κοινό τάσσεται υπέρ του αθλητή, ο αθλητής διατηρεί την καλή του φήμη και, συνεπώς, εξακολουθεί να έχει δυνατότητα παροχής και συμμόρφωσης στη σύμβαση. Αλλιώς, βέβαια, έχει το ζήτημα στην περίπτωση που επιβληθεί πειθαρχική ποινή στον αθλητή που να καλύπτει όλο το υπολειπόμενο χρονικό διάστημα της σύμβασης, οπότε αντικειμενικά πλέον ο αθλητής δεν μπορεί να παρέχει και θα ήταν άδικο να στερήσουμε από το σπόνσορα τα δικαιώματά του. Είναι, πάντως, ένα ιδιαίτερα λεπτό ζήτημα που χρήζει μεγάλης συζήτησης. Θεωρώ, πάντως, ότι σε προβληματικές αντίστοιχες περιπτώσεις θα πρέπει να δίνουμε λύση, κάνοντας την ακόλουθη τομή: Η συμπεριφορά του αθλητή επιφέρει μεταστροφή της καλής φήμης του; Αν ναι, ο σπόνσορας σε κάθε περίπτωση έχει τα δικαιώματα που αναφέραμε παραπάνω. Αν όχι, υπό προϋποθέσεις πάντα και πάντα σε ακραίες περιπτώσεις τα δικαιώματα, αυτά, μπορούν να θεωρηθούν ότι ασκούνται καταχρηστικά.

Καλό θα είναι, για να μην δημιουργούνται προβλήματα, να προβλέπεται στη σύμβαση ότι οποιαδήποτε παραβίαση της νομοθεσίας περί doping δίνει στο σπόνσορα το δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης.

γ. κρούσματα doping σε ομαδικά αθλήματα

Τα πράγματα γίνονται πιο σύνθετα στην περίπτωση που η σύμβαση σπόνσορινγκ έχει συναφθεί μεταξύ ενός σπόνσορα και μίας ομάδας (ποδοσφαίρου, καλαθοσφαίρισης, χειροσφαίρισης, μπιτς βόλεϋ κτλ.). Τίθεται το ζήτημα τι θα γίνει στην περίπτωση που ένας ή περισσότεροι από τους αθλητές της ομάδας αποδειχτεί ότι παραβίασαν τη νομοθεσία περί doping. Εκ πρώτης όψεως, φαίνεται υπερβολικό δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης στην περίπτωση απλά που ένας μόνο από τους παίκτες μίας ομάδας ποδοσφαίρου προβεί σε παραβίαση. Ισχύει το ίδιο, όμως, όταν ο παραβιάσας τη νομοθεσία περί doping αθλητής ήταν ο ηγέτης και μεγαλύτερο όνομα της ομάδας (πχ. Ριβάλντο, Ρολαντίνιο, Μπέκαμ)¹³⁴; Επίσης, αλλιώς θα έχουν τα πράγματα, στην περίπτωση που έχουμε παραβίαση του ενός από τους δύο αθλητές μίας ομάδας μπιτς βόλεϋ.

Κατ' αρχήν ας πάρουμε την περίπτωση που ένας αθλητής ενός ομαδικού αθλήματος, που απαιτεί τη συμμετοχή τουλάχιστον έξι παικτών παραβιάζει τη νομοθεσία. Η άσκηση των δικαιωμάτων του σπόνσορα σε κάθε περίπτωση θα είναι καταχρηστική (ΑΚ 281). Άλλωστε, δεν αλλάζει η καλή φήμη της ομάδας μόνο από την παραβίαση ενός αθλητή. Η σύμβαση μπορεί να συνεχίσει να λειτουργεί. Σε περίπτωση, όμως, που έχουμε παραβίαση από τον αστέρα της ομάδας, ενδεχομένως, η καλή φήμη της ομάδας να δεχτεί ένα πλήγμα. Και πάλι, όμως, πιστεύω ότι τυχόν άσκηση του δικαιώματος καταγγελίας από το σπόνσορα θα προσκρούει στο άρθρο ΑΚ 281. Στα ομαδικά αθλήματα, άλλωστε, και ιδίως στα πολύ δημοφιλή αθλήματα όπως το ποδόσφαιρο και η καλαθοσφαίριση, οι οπαδοί στηρίζουν την ομάδα ως σύνολο. Πολλές φορές, αθλητές ξεχωρίζουν και είναι πιο δημοφιλείς σε σχέση με

άλλους, αλλά πολύ σπάνια η αγάπη για έναν αθλητή θα υπερσκελίζει την αγάπη του κόσμου για την ομάδα ως σύνολο. Γι' αυτό το λόγο, πιστεύω ότι, ακόμα και αν έχουμε παραβίαση από τον αστέρα της ομάδας, η σύμβαση sponsoring εξακολουθεί να λειτουργεί. Ο σπόνσορας προβάλλεται μέσω της ομάδας ως σύνολο και όχι μέσω του συγκεκριμένου παίκτη. Δεν ισχύει, όμως, το ίδιο στην περίπτωση που έχουμε περισσότερους αθλητές μίας ομάδας να έχουν παραβιάσει τη νομοθεσία περί doping. Πόσοι, όμως, αθλητές πρέπει να έχουν κάνει παραβίαση προκειμένου ο σπόνσορας να ασκεί τα δικαιώματα λύσης της σύμβασης δικαιολογημένα; Σύμφωνα με το άρθρο 11 του Παγκόσμιου Κώδικα Αντι- Doping, << Όταν περισσότερα από ένα μέλη της ομάδας βρεθεί να έχει παραβιάσει κανονισμό αντι- doping κατά τη διάρκεια μίας διοργάνωσης, η ομάδα υπόκειται σε αποκλεισμό ή άλλη πειθαρχική κύρωση. Σε αθλήματα που δεν είναι ομαδικά αλλά αναγνωρίζονται ομαδικές επιδόσεις ισχύουν τα προβλεπόμενα στους κανονισμούς της αντίστοιχης διεθνούς ομοσπονδίας ομοσπονδίας >>. Το άρθρο αυτό δίνει λύση σχετικά με το πόσοι αθλητές ενός ομαδικού αθλήματος απαιτούνται να έχουν κάνει παραβίαση προκειμένου να τιμωρηθεί η ομάδα. Όπως είδαμε, απαιτείται περισσότερα από ένα μέλος, δηλαδή τουλάχιστον δύο αθλητές. Μπορεί να δοθεί και στην περίπτωση του sponsoring η ίδια λύση; Θεωρητικά θα μπορούσε. Το κρίσιμο σημείο, όμως, που πιστεύω θα πρέπει και πάλι να μας δώσει τη λύση είναι κατά πόσον έχει επέλθει μεταβολή στο image της ομάδας, η οποία την εμποδίζει να ανταποκριθεί στη σύμβαση. Σε περίπτωση που έχουμε δύο κρούσματα doping σε μία ομάδα- δέκτη, που, όμως, εκλαμβάνονται από το κοινό ως μεμονομένα περιστατικά χωρίς να μειώνεται το κύρος της ομάδας, δύσκολα μπορεί να αναγνωριστεί στον

¹³⁴ Είναι χαρακτηριστικό ότι πριν μερικά χρόνια η γνωστή ισπανική ομάδα Ρεάλ Μαδρίτης, είχε υποστηριχτεί χάριν αστεϊσμού ότι θα πρέπει να λέγεται << Ραούλ >> Μαδρίτης, εξ' αιτίας του ηγέτη

σπόνσορα δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης. Αντίθετα, σε περίπτωση που έχουμε 4 κρούσματα, στα οποία περιλαμβάνονται και δύο από τους αστέρες της ομάδας, η εμπιστοσύνη του κοινού στην ομάδα μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει κλονιστεί με αποτέλεσμα η ομάδα ως σύνολο να αδυνατεί πλέον να προβάλλει αποτελεσματικά τον σπόνσορα.

Σε περίπτωση, βέβαια, που έχουμε σχεδόν τα μισά μέλη της ομάδας να έχουν παραβιάσει τη νομοθεσία (πχ. το ένα από τα δύο μέλη της ομάδας μιτς βόλεϋ, οι 6 από τους 11 ποδοσφαιριστές της ομάδας), σε κάθε περίπτωση ο σπόνσορας έχει δικαίωμα να αποδεσμευτεί από τη σύμβαση.

Και σε αυτή την περίπτωση, καλό θα είναι να υπάρχει λεπτομερής ρύθμιση του θέματος στη σύμβαση, ώστε να μην δημιουργούνται προβλήματα.

δ. doping μετά από παρότρυνση του ίδιου του σπόνσορα

Δεν αποκλείεται και η περίπτωση που ο ίδιος ο σπόνσορας παρακίνησε ή και επέβαλλε¹³⁵ στο δέκτη- αθλητή να κάνει χρήση απαγορευμένων ουσιών. Σε αυτήν την περίπτωση σε περίπτωση που ο αθλητής βρεθεί θετικός σε έλεγχο ή γενικότερα παραβιάσει τη νομοθεσία περί doping (πχ. αν αρνηθεί ή αποφύγει έλεγχο), ο σπόνσορας δεν μπορεί να προβάλλει δικαιώματα αποδέσμευσης. Τυχόν άσκησή τους θα είναι καταχρηστική (ΑΚ 281).

Ο σπόνσορας, μάλιστα, δεν αποκλείεται να φέρει και ποινική ευθύνη κατά το άρθρο 128Θ παρ.1 ν.2725/1999.

της, Ραούλ.

¹³⁵ Τυχόν όρος βέβαια στη σύμβαση που υποχρεώνει το δέκτη να κάνει χρήση απαγορευμένων ουσιών είναι άκυρος ως αντικείμενος στο νόμο (ΑΚ 174) και στα χρηστά ήθη (ΑΚ 178).

ε. παλαιότερη σύμβαση και νέα ρύθμιση για το doping¹³⁶

Όπως είπαμε παραπάνω, στη σύμβαση μπορεί να συμφωνηθεί ότι οποιοδήποτε << αδίκημα doping >> συνιστά σπουδαίο λόγο καταγγελίας της σύμβασης. Τι θα συμβεί, όμως, αν η σύμβαση και αυτός ο όρος καταρτίστηκαν το 2001, ενώ το 2002 με το ν.3057/2002 προστέθηκαν ως παραβάσεις και η << άρνηση ή αποφυγή ελέγχου doping >>; Οι δύο περιπτώσεις αυτές αποτελούν σπουδαίο λόγο καταγγελίας της σύμβασης έστω και αν ουσιαστικά δεν προβλέφθηκαν στη σύμβαση; Πιστεύω, ότι πρέπει να δεχτούμε ότι αφού οι συμβαλλόμενοι είχαν συμφωνήσει ότι οποιοδήποτε << αδίκημα doping >> αποτελεί σπουδαίο λόγο, πρέπει να θεωρηθεί και ότι οι δύο αυτές περιπτώσεις περιλαμβάνονται, ακόμα και αν οι συμβαλλόμενοι δεν μπορούσαν να έχουν στο μυαλό τους αυτές τις περιπτώσεις. Με συμπληρωματική ερμηνεία (ΑΚ 173, ΑΚ 200) της δικαιοπραξίας, λογικά, θα οδηγηθούμε στο συμπέρασμα ότι οι συμβαλλόμενοι απέβλεψαν σε οποιαδήποτε παράβαση doping που ήταν ρυθμισμένη ή θα αποτελούσε αντικείμενο ρύθμισης στο μέλλον και η οποία θα οδηγεί σε μεταβολή του image του αθλητή με αποτέλεσμα να μην μπορεί αυτός να ανταποκριθεί στη σύμβαση. Θα μπορούσαμε να δεχτούμε το αντίθετο, μόνο στην περίπτωση που στη σύμβαση υπήρχαν στοιχεία από τα οποία να προέκυπτε ότι τα μέρη απέβλεψαν μόνο στις παραβάσεις που ήταν τότε ρυθμισμένες και όχι στις μελλοντικές.

¹³⁶ Παναγιωτόπουλος, οπ.π., σ.555, Αναγνωστόπουλος, οπ.π., σ.164

Z. ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΚΑΙ ΣΠΟΝΟΡΙΝΚ

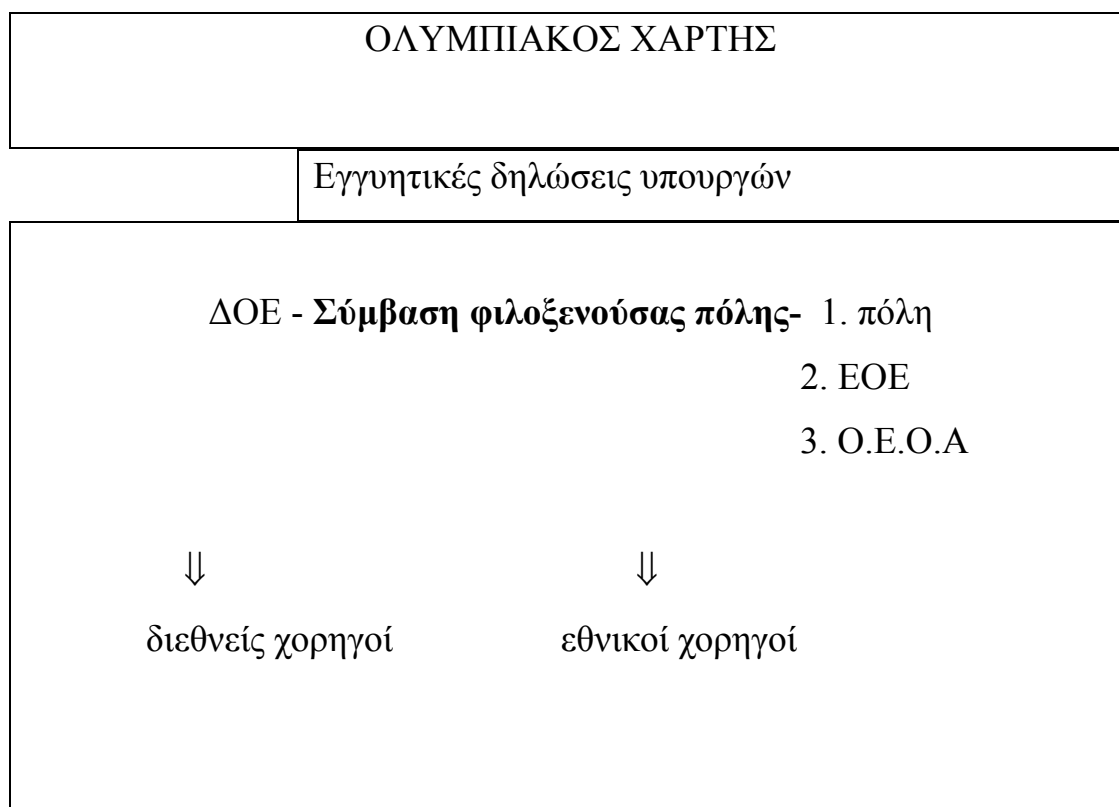
1. γενικά

Οι Ολυμπιακοί αγώνες τυγχάνουν ολόένα και περισσότερο τα τελευταία χρόνια αντικείμενο οικονομικής εκμετάλλευσης από τις μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες, πράγμα που αποτελεί στοιχείο αποστροφής μεγάλης μερίδας του πληθυσμού απέναντι στη σύγχρονη μορφή των Ολυμπιακών Αγώνων. Αναφέρθηκαν παραπάνω παραδείγματα ακραίων συμπεριφορών που διαδραματίστηκαν κατά τους τελευταίους αγώνες, όπως απαγόρευση εισόδου στους αγωνιστικούς χώρους θεατών που κρατούσαν μπουκαλάκια νερού άλλης μάρκας από αυτήν του σπόνσορα. Ας μην ξεχνάμε, όμως, και την τρομερή αναστάτωση που προκλήθηκε όταν η ΔΟΕ ανέθεσε το 1996 τους Ολυμπιακούς Αγώνες στην Ατλάντα και όχι στη Αθήνα, ενώ αναμενόταν ότι μετά από 100 χρόνια η Αθήνα θα ξαναγινόταν τόπος διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων. Αυτό το γεγονός δείχνει την αντίθεση ανάμεσα στην παράδοση και τη σύγχρονη πραγματικότητα, από τη μία η Αθήνα, όπου είχαν διεξαχθεί οι πρώτοι σύγχρονοι Ολυμπιακοί Αγώνες και από την άλλη η Ατλάντα με την έδρα της Coca Cola¹³⁷. Πράγματι, τώρα το sponsoring αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη πηγή εσόδων των Ολυμπιακών Αγώνων. Είναι χαρακτηριστικό ότι στους αγώνες του Λος Άντζελες το 1984 υπήρχαν, ήδη, τόσοι πολλοί χορηγοί σε διάφορα επίπεδα και η εταιρεία που είχε τη μεγαλύτερη επιτυχία ήταν αυτή που είπε << εμείς δεν είμαστε χορηγοί στους Ολυμπιακούς Αγώνες >>.¹³⁸ Η τόση μεγάλη σημασία του sponsoring για τους Ολυμπιακούς Αγώνες είχε ως συνέπεια να ενταχθούν οι συμβάσεις σπόνσορινκ σε ένα ιδιόμορφο σύνθετο πλαίσιο συμβατικών σχέσεων που δημιουργούνται με την ανάληψη των αγώνων

¹³⁷ Klaus Vieweg, Sponsoring und Olympische Spiele σε Κλαμαρή- Μπρεδήμα- Μαλάτο, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 2005, σ. 255επ.

από μία πολύ και τη θέση των συμβάσεων αυτών υπό τον απόλυτο έλεγχο της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής (Δ.Ο.Ε.). Σε αυτή την ενότητα θα προσπαθήσουμε να αναπτύξουμε το περιεχόμενο του ιδιόμορφου καθεστώτος συμβατικών σχέσεων που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια των ολυμπιακών αγώνων και την ένταξη των συμβάσεων sponsoring σε αυτό, κυρίως όπως διαμορφώθηκε στους αγώνες της Αθήνας το 2004.

2. σύμβαση φιλοξενούσας πόλης (host city contract)



Αμέσως μετά την ανακοίνωση της ανάληψης την διοργάνωσης των αγώνων από μία πόλη, οι εκατέρωθεν νομικές δεσμεύσεις αποτυπώνονται σε γραπτά συμβατικά κείμενα ιδιωτικού δικαίου. Η επιλογή του ιδιωτικού δικαίου εξηγείται ως απόρροια της

¹³⁸ Klaus Vieweg, οπ.π.

προτεραιότητας που δίνει το Ολυμπιακό κίνημα στο ιδιωτικό δίκαιο, καθώς θεωρείται ότι μέσω της συμβατικής ελευθερίας πραγματώνονται οι στόχοι του ολυμπιακού κινήματος¹³⁹. Η σύμβαση που συνάπτεται μεταξύ της ΔΟΕ και της πόλης που ανέλαβε τη διοργάνωση των αγώνων καλείται **σύμβαση φιλοξενούσας πόλης (host city contract)**¹⁴⁰. Η σύμβαση της φιλοξενούσας πόλης είναι το βασικό συμβατικό κείμενο που συνδέει το ολυμπιακό κίνημα με την έννομη τάξη της φιλοξενούσας πόλης, σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου και αν βρίσκεται αυτή. Είναι εκδήλωση της αρχής ελευθερίας των συμβάσεων που δέχεται το ολυμπιακό κίνημα, αλλά όχι της ειδικότερης εκδήλωσης της ελευθερίας αυτής σχετικά με την ελευθερία διαμόρφωσης του περιεχομένου της σύμβασης, καθώς αποτελεί σύμβαση προσχώρησης, στην οποία η διοργανώτρια χώρα, απλά, προσχωρεί, χωρίς να έχει τη δυνατότητα να διαπραγματευτεί τους όρους της σύμβασης. Συμβαλλόμενοι της σύμβασης αυτής είναι η Δ.Ο.Ε, ως ανώτατη αρχή του ολυμπιακού κινήματος κατά το αρ. 1 του Ολυμπιακού Χάρτη, η Εθνική Ολυμπιακή Επιτροπή (Ε.Ο.Ε.), η διοργανώτρια πόλη, εκπροσωπούμενη δια του δημάρχου της και η υπό ίδρυση Οργανωτική επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων (Ο.Ε.Ο.Α.). Η Ε.Ο.Ε, η διοργανώτρια πόλη και η Ο.Ε.Ο.Α. ευθύνονται εις ολόκληρον για τη διοργάνωση των αγώνων. Η Δ.Ο.Ε. απαλλάσσεται από κάθε ευθύνη σχετιζόμενη με τους αγώνες, εκτός από τις περιπτώσεις δόλου ή βαρείας αμέλειας της ΔΟΕ¹⁴¹¹⁴². Δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης έχει μόνο η ΔΟΕ σε περίπτωση πολέμου, κοινωνικής αναταραχής ή σε κατάσταση που

¹³⁹ Γιαννόπουλος, Οι Συμβατικές σχέσεις ΔΟΕ, κράτους διοργανώτριας πόλης, οργανωτικής επιτροπής και χορηγών, σε Κλαμαρή, Μπρεδήμα, Μαλάτο, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, σ.277 επ.

¹⁴⁰ Η σύμβαση αυτή προβλέπεται στο κεφάλαιο 5 του Ολυμπιακού καταστατικού Χάρτη 3.3 σ.72

¹⁴¹ αρ. 10 της σύμβασης της Αθήνας

¹⁴² Πρόβλημα ανακύπτει σχετικά με επί μέρους συμβάσεις που συνάπτονται στα πλαίσια της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης, για τις οποίες αυτός ο περιορισμός της ευθύνης μπορεί να είναι άκυρος δυνάμει των άρθρων ΑΚ 332, 334 καθώς και δυνάμει των διατάξεων του αρ. 2 ν.2251/1994

επισήμως χαρακτηρίζεται ως εμπόλεμη, ή αν η εκτελεστική επιτροπή της ΔΟΕ κρίνει ότι η ασφάλεια των συμμετεχόντων στους αγώνες απειλείται ή υπάρχει σοβαρή διακινδύνευση (αρ. 52 ι σύμβασης). Το ίδιο δικαίωμα προβλέπεται σε περίπτωση που η κυβέρνηση της φιλοξενούσας χώρας δεν σεβαστεί τις εγγυήσεις που έχει δώσει (αρ. 52 ι σύμβασης Αθήνας) ή αν η Πόλη, η ΕΟΕ ή η ΟΕΟΑ παραβιάσουν τις υποχρεώσεις που έχουν αναληφθεί βάσει του Ολυμπιακού Χάρτη, της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης ή γενικώς του εφαρμοστέου δικαίου¹⁴³. Με τον όρο εφαρμοστέο δίκαιο πρέπει να νοηθεί όχι μόνο η εθνική ή διεθνής νομοθεσία αλλά και τους κανόνες που εκδίδονται από την ίδια τη ΔΟΕ και τις διεθνείς ομοσπονδίες των ολυμπιακών αθλημάτων (*lex sportiva*)¹⁴⁴. Από τη στιγμή, όμως, που έχουμε να κάνουμε με ένα ιδιωτικού δικαίου συμβατικό κείμενο πρέπει να θεωρήσουμε ως μη ισχύουσα τη διάταξη που περιορίζει το δικαίωμα καταγγελίας από το ένα συμβαλλόμενο μέρος (ΑΚ 288, 281, αρ.2 ν. 2251/1994). Σε κάθε περίπτωση και τα αντισυμβαλλόμενα μέρη της ΔΟΕ πρέπει να γίνει δεκτό ότι έχουν δικαίωμα καταγγελίας.

Στη σύμβαση φιλοξενούσας πόλης, πάντως, εφαρμοστέο ουσιαστικό δίκαιο είναι το ελβετικό (Η ΔΟΕ, άλλωστε αποτελεί σύμφωνα με το αρ. 19 του Ολ. Χάρτη μη κερδοσκοπικό σωματείο του ελβετικού ΑΚ). Επίσης αρμόδιο δικαστήριο για την επίλυση των διαφορών είναι το Διαιτητικό Δικαστήριο Αθλητισμού (Court of Arbitration for Sport-

¹⁴³ Γιαννόπουλος, οπ.π., σ.288

¹⁴⁴ Η θεωρία της *lex sportiva* έχει διατυπωθεί από τον αναπληρωτή καθηγητή του Πανεπιστημίου Αθηνών κ.Παναγιωτόπουλο. (βλ. Παναγιωτόπουλος, Αθλητικό Δίκαιο, Συστηματική θεμελίωση-εφαρμογή, σ.87επ. Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή το αθλητικό δίκαιο έχει δύο ειδών πηγές κανόνων: τους κρατικούς κανόνες και τους προερχόμενους από την κανονιστική αρμοδιότητα της ΔΟΕ, των Διεθνών Ομοσπονδιών και των εθνικών ομοσπονδιών (βλ. παραπάνω υποσημ. Υπ. Αριθμ.). Αυτοί οι κανόνες αποτελούν ένα σύστημα διεθνών κανόνων με διεθνή εφαρμογή, που αφορά την αθλητική δραστηριότητα. Πρόκειται για μία αυτόνομη, αθλητική έννομη τάξη κατ' αναλογία της *lex mercatoria* (Παναγιωτόπουλος, οπ.π., Μαλάτος, οπ.π., σ.58επ.)

CAS). Πρόκειται για το δικαστήριο που προβλέπεται στο αρ.74 του Ολ. Χάρτη¹⁴⁵.

Η δεσμευτικότητα της σύμβασης αυτής για την ελληνική εν προκειμένω και την εκάστοτε κυβέρνηση πρέπει να αναζητηθεί στην εγγυητική δήλωση του Υφυπουργού αθλητισμού, η οποία προσαρτάται στη σύμβαση, σύμφωνα με το αρ.3 της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης. Με την εγγυητική δήλωση αυτή, η κυβέρνηση αναγνωρίζει ως δεσμευτικά κείμενα τον Ολυμπιακό Χάρτη και τη σύμβαση φιλοξενούσας πόλης και εγγυάται το σεβασμό τους. Εγγυάται, μάλιστα, και για το ότι θα ληφθούν όλα τα απαραίτητα μέτρα ώστε να εκπληρωθούν πλήρως όλες οι αναληφθείσες υποχρεώσεις σχετικά με τη διοργάνωση των αγώνων. Ενδεικτικό της σημασίας που αποδίδει η ΔΟΕ στην παροχή της εγγυητικής δήλωσης εκ μέρους της Κυβέρνησης της φιλοξενούσας χώρας είναι ότι η μη προσκόμιση μίας τέτοιας δήλωσης αποτελεί λόγο λύσης της σύμβασης¹⁴⁶.

3. οικονομικό περιεχόμενο της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης

Θεμέλιο της σύμβασης αυτής είναι ότι η ΔΟΕ έχει, όπως ορίζει το άρθρο 11 του Ολυμπιακού Χάρτη, αποκλειστικά δικαιώματα περιουσιακής φύσης επί των ολυμπιακών αγώνων. Η ΔΟΕ, με τη σύμβαση φιλοξενούσας πόλης (συγκεκριμένα με το αρ. 38 της εν λόγω σύμβασης στην περίπτωση της Αθήνας), παραχωρεί το δικαίωμα αυτό αρχικά στην Πόλη και την Εθνική Ολυμπιακή Επιτροπή (Ε.Ο.Ε.) και κατόπιν στην Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων (Ο.Ε.Ο.Α.

¹⁴⁵ Γιαννόπουλος, οπ.π., σ.289

¹⁴⁶ Κουτρούλης Βάιος, << Η σύμβαση φιλοξενούσας πόλης ή δούρειος ίππος των Ολυμπιακών Αγώνων >>, σε Εφαρμογές Δημοσίου Δικαίου, Έτος 2003- Ειδικό Τεύχος, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 2003, σ.119, βλ. και υποσημ. 17.

)¹⁴⁷. Η σύμβαση φιλοξενούσας πόλης περιλαμβάνει ρυθμίσεις για το σύνολο των όρων και των προϋποθέσεων, βάσει των οποίων θα διεξαχθούν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, όπως κατασκευή ολυμπιακού χωριού, διαπιστεύσεις και προϋποθέσεις εισόδου στη χώρα, τη λαμπαδηδρομία κτλ. Το μεγαλύτερο μέρος, όμως, της σύμβασης αφορά ρυθμίσεις οικονομικού περιεχομένου, ιδίως για τα τηλεοπτικά δικαιώματα (αρ.8^α) και τον τρόπο κατανομής τους μεταξύ των συμβαλλομένων (αρ.46επ.). Ενδεικτικώς, με βάση τα στοιχεία της ΔΟΕ το 50% των εσόδων των Ο.Α. προέρχονται από τα ραδιοτηλεοπτικά δικαιώματα, το 40% από τις χορηγίες, το 8% από τα εισιτήρια και το 2% από την αδειοδότηση προϊόντων. Βάσει διατάξεων της σύμβασης παραχωρείται από τη ΔΟΕ στην ΟΕΟΑ συγκεκριμένο ποσοστό εσόδων από κάθε κατηγορία κέρδους (πχ. 95% επί των πωλήσεων εισιτηρίων). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το πρόγραμμα χορηγιών (sponsoring).

4. συμβάσεις χορηγίας

Το μεγάλο ενδιαφέρον των πολυεθνικών εταιρειών για τους Ολυμπιακούς Αγώνες έχει οδηγήσει στην καθιέρωση ενός ιδιαίτερα σύνθετου και πολύπλοκου καθεστώτος σχετικά με τις συμβάσεις sponsoring. Χαρακτηριστικό είναι ότι η ΔΟΕ έχει απόλυτη εξουσία

¹⁴⁷ Σύμφωνα με τον Ολυμπιακό Χάρτη εντός ορισμένου χρόνου από την ανάληψη της διοργάνωσης από την πόλη πρέπει να συσταθεί εταιρεία για τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Αυτό όριζε και το αρ.6 της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης της Αθήνας, κατά το οποίο έπρεπε εντός 8 μηνών από την υπογραφή να συσταθεί η ΟΕΟΑ και να καταστεί συμβαλλόμενο μέρος, αναλαμβάνοντας από κοινού και ατομικά με τους λοιπούς (πόλη και ΕΟΕ) της ευθύνη για την οργάνωση των αγώνων (αρ.13 α,β της σύμβασης). Σε εφαρμογή των διατάξεων αυτών, συνεστήθη με το ν.2598/98 η ανώνυμη εταιρεία με την επωνυμία << Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων- Αθήνα 2004 ΑΕ >>, η οποία προσχώρησε στη σύμβαση φιλοξενούσας πόλης. Η εταιρεία ανήκε εξ' ολοκλήρου στο δημόσιο, το οποίο ήταν ο αποκλειστικός της μέτοχος (αρ.2.2 ν. 2598/98). Βλ. Γιαννόπουλο, οπ.π., σ.284, Κουτρούλης Βάιος, Η σύμβαση φιλοξενούσας πόλης ή δούρειος ίππος των Ολυμπιακών Αγώνων, σε Εφαρμογές Δημοσίου Δικαίου 2003 Ειδικό τεύχος, Ολυμπιακοί Αγώνες- Ζητήματα Δημοσίου Δικαίου, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 2003, σ.115επ.

πάνω σε αυτές τις συμβάσεις, καθώς η ισχύ τους εξαρτάται από την έγκρισή της¹⁴⁸. Η έγκριση, δηλαδή της ΔΟΕ αποτελεί **όρο του ενεργού**¹⁴⁹ των συμβάσεων αυτών. Στην ενότητα αυτή θα δούμε πώς διαμορφώθηκε το πρόγραμμα χορηγιών στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας.

Το πρόγραμμα χορηγιών των Ο.Α. της Αθήνας ρυθμίστηκε από την από 19/4/2000 σύμβαση σχεδίου marketing (Marketing Plan Agreement) μεταξύ της ΔΟΕ και της ΟΕΟΑ. Η σύμβαση αυτή καταρτίστηκε προς εκπλήρωση της υποχρέωσης που προβλεπόταν στο αρ. 45 β της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης σχετικά με την υπογραφή ενιαίας σύμβασης για το πρόγραμμα marketing για τον καθορισμό των εμπορικών δικαιωμάτων και των δικαιωμάτων μάρκετινγκ. Στα πλαίσια του χορηγικού προγράμματος, λοιπόν, στους ολυμπιακούς αγώνες της Αθήνας εφαρμόστηκε το εξής σύστημα: οι χορηγοί των αγώνων χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: τους **διεθνείς χορηγούς** και τους **εθνικούς χορηγούς**. Οι εθνικοί χορηγοί, ακόμα, χωρίζονται σε δύο υποκατηγορίες: τους **μεγάλους εθνικούς χορηγούς** και τους **επίσημους υποστηρικτές**. Η ΔΟΕ επιλέγει απ' ευθείας τους διεθνείς χορηγούς (διεθνές πρόγραμμα , << TOP V >>, ενώ καθορίζει τα επίπεδα και τις κατηγορίες (προϊόντων και υπηρεσιών) για τους εθνικούς χορηγούς. Οι διεθνείς χορηγοί έχουν δικαίωμα προβολής διεθνώς, ενώ οι εθνικοί χορηγοί, τους οποίους επιλέγει η ΟΕΟΑ, έχουν δικαίωμα προβολής μόνο στην ελληνική επικράτεια. Στη σύμβαση επαναλαμβάνεται με εξαντλητικές λεπτομέρειες ότι όλες οι σχετικές συμβάσεις υπόκεινται στην προηγούμενη έγκριση της ΔΟΕ, η οποία έχει τον πρώτο και τον τελευταίο λόγο για την κατανομή των χορηγικών κατηγοριών και τον

¹⁴⁸ όπως ορίζει το αρ.16^α και το αρ. 45 α της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης

¹⁴⁹ Ν. Παπαντωνίου, Γενικές Αρχές, τομ.β., 1983, σ.14, Α. Γεωργιάδης, Γενικές Αρχές Αστικού Δικαίου, 1999, σ.276

καθορισμό των υπολοίπων όρων για τα χορηγικά δικαιώματα¹⁵⁰. Επίσης, σύμφωνα με το αρ. 45 ε της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης, οι συμβαλλόμενοι έχουν υποχρέωση να σεβαστούν το διεθνές πρόγραμμα της ΔΟΕ (εν προκειμένω το πρόγραμμα ,<< TOP V >>) και να προσχωρήσουν στις σχετικές συμβάσεις. Οι συμβάσεις χορηγίας τόσο με τους εθνικούς, όσο και με τους διεθνείς χορηγούς, εξοπλίζονται με ρήτρα αποκλειστικότητας. Σύμφωνα με το αρ. 45 γ της σύμβασης, επίσης, η Πόλη, η ΕΟΕ και η ΟΕΟΑ οφείλουν να λάβουν με δικά τους έξοδα όλα τα αναγκαία μέτρα για την προστασία του ανταγωνισμού και για την καταστολή του ambush marketing.

4.1. εθνικοί χορηγοί- διαδικασία επιλογής¹⁵¹

Όπως είπαμε, οι εθνικοί χορηγοί επιλέγονται από την ΟΕΟΑ, οι συμβάσεις, όμως, υπόκεινται στην έγκριση της ΔΟΕ¹⁵². Θεωρήθηκε ότι οι συμβάσεις χορηγίας ανάμεσα στην ΟΕΟΑ και τους χορηγούς υπάγονται στις Οδηγίες για τις δημόσιες συμβάσεις. Παρά τις αντίθετες νομικές γνωμοδοτήσεις (μεταξύ των οποίων και αυτής της Μονάδας Παρακολούθησης Διαγωνισμών και Συμβάσεων του Κέντρου Διεθνούς και Ευρωπαϊκού Οικονομικού Δικαίου), αποφασίστηκε για λόγους διαφάνειας και ίσης μεταχείρισης οι σχετικοί διαγωνισμοί να πραγματοποιούνται με βάση τις Οδηγίες για τις δημόσιες συμβάσεις¹⁵³. Η λύση αυτή επελέγη οικειοθελώς από την ΟΕΟΑ για λόγους διαφάνειας. Δικαιολογείται, άλλωστε, και για τον ακόλουθο λόγο: οι

¹⁵⁰ Γιαννόπουλος, ο.π., σ.294

¹⁵¹ Γιαννόπουλος, ο.π., σ. 298επ.

¹⁵² Αυτός ο όρος ίσως φαίνεται αντισυνταγματικός δυνάμει του αρ. Σ 5 παρ.1, αλλά μάλλον θα πρέπει να θεωρηθεί θεμιτός περιορισμός του ατομικού δικαιώματος λόγω του μεγάλου δημοσίου συμφέροντος που αποτελεί η επιτυχής διοργάνωση των αγώνων, βλ. και Αντωνίου Θ., Περιορισμοί ατομικών δικαιωμάτων λόγω τέλεσης ολυμπιακών αγώνων, σε Κλαμαρή/ Μπρεδήμα/ Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, Εισηγήσεις και Πρακτικά Επιστημονικού Συνεδρίου, Αθήνα 2003, Εκδ Αντ.Ν.Σάκκουλα, σ.165

¹⁵³ για τη συμβατική δράση της διοίκησης βλ. Γέροντας, Λύτρας, Παυλόπουλος, Σιούτη, Φλογαίτης, Διοικητικό Δίκαιο, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλά 2004, σ.269επ.

εθνικοί χορηγοί αποκτούν δικαιώματα αποκλειστικού προμηθευτή ή παρέχοντας υπηρεσίες, γεγονός που θα μπορούσε να πλήξει τον ανταγωνισμό είτε με τη μορφή του αποκλεισμού των τρίτων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη σχετική αγορά είτε με τη μορφή της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης¹⁵⁴. Η δημόσια διαγωνιστική διαδικασία, εκτός από τη διαφάνεια, μεταφέρει τις συνθήκες του ανταγωνισμού, έστω και σε αυτό το δεύτερο επίπεδο, και, επομένως, εξουδετερώνει ή τουλάχιστον μειώνει ουσιωδώς τις πιθανότητες να εμφανιστούν οι προαναφερθείσες συμπεριφορές που τον πλήττουν. Κατόπιν των ανωτέρω, η επιλογή πραγματοποιήθηκε με βάση τον Κανονισμό για την ανάθεση, παρακολούθηση και παραλαβή μελετών και υπηρεσιών και για τη σύναψη και εκτέλεση των σχετικών συμβάσεων¹⁵⁵ και δεδομένου η ΟΕΟΑ ενέπιπτε στην έννοια της << Αναθέτουσας Αρχής >> τηρήθηκε δημόσια διαγωνιστική διαδικασία σύμφωνα με την κοινοτική οδηγία 92/50¹⁵⁶ για τις δημόσιες συμβάσεις, για ανάθεση υπηρεσιών εξ' επαχθούς αιτίας.

Η επιλογή των εθνικών χορηγών ολοκληρώθηκε από την ΟΕΟΑ και ανακηρύχτηκαν Μεγάλοι Εθνικοί χορηγοί στις κατηγορίες: 1) τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες (κινητή- σταθερή τηλεφωνία), 2) τραπεζικές υπηρεσίες 3) ζυθοποιΐα 4) γαλακτοκομικά προϊόντα 5) ραδιοφωνία- τηλεόραση 6) αυτοκίνητα 7) ταχυδρομεία και 8) αεροπορικές μεταφορές. Επίσημοι υποστηρικτές ανακηρύχτηκαν στις κατηγορίες: 1) υπηρεσίες για την έκδοση εισιτηρίων 2) καύσιμα 3) παροχή υπηρεσιών ασφαλείας για τους Ολυμπιακούς Αγώνες και 4) αθλητικά είδη.

¹⁵⁴ ν.702/1977

¹⁵⁵ τελευταία έκδοση ΦΕΚ Β 123/7-2-2001. Ο Κανονισμός εκδόθηκε κατ' εξουσιοδότηση της παρ. 14 του άρθρου 2 του ν.2598/98.

¹⁵⁶ ΕΕΕΚ L209/24-7-92. Η οδηγία έχει τροποποιηθεί με την οδηγία 97/52 (ΕΕΕΚ L328/28-11-1997). Και οι δύο οδηγίες έχουν ενσωματωθεί στην ελληνική νομοθεσία με τα π.δ.346/98 και πδ.18/2000 αντίστοιχα.

Όπως προκύπτει από το αρ. 16 της σύμβασης φιλοξενούσας πόλης αλλά και από τη σύμβαση Marketing Plan Agreement, προβλεπόταν συγκεκριμένη διαδικασία δημιουργίας και υποβολής των σχεδίων συμβάσεων προς έγκριση από τη ΔΟΕ. Συμβαλλόμενοι στις συμβάσεις χορηγιών (sponsoring) είναι η ΟΕΟΑ και η εταιρεία ή κοινοπραξία εταιρειών που ανακηρύχτηκε νικήτρια στο σχετικό διαγωνισμό. Εκ τρίτου υπογράφει τη σύμβαση η ΔΟΕ, όχι ως συμβαλλόμενο μέρος, αλλά μόνο προς έγκριση. Αντικείμενο της σύμβασης είναι η παραχώρηση από την ΟΕΟΑ στο χορηγό, έναντι ανταλλάγματος σε χρήμα και σε είδος¹⁵⁷, του αποκλειστικού δικαιώματος να χρησιμοποιεί άυλα περιουσιακά αγαθά της ΟΕΟΑ, συμπεριλαμβανομένων των Ολυμπιακών λογοτύπων και σημάτων, στα προϊόντα και τις υπηρεσίες του. Περαιτέρω στο χορηγό παραχωρούνται: α) πρόσβαση στο πρόγραμμα φιλοξενίας και β) δικαιώματα διαπίστευσης κατά τη διάρκεια των αγώνων.

Κατά την κατάρτιση της σύμβασης ο χορηγός συνομολογεί σε πανηγυρικό τόνο ότι παρέλαβε αντίγραφο του Ολυμπιακού Χάρτη και αποδέχεται την αυξημένη ισχύ των κανόνων του έναντι του περιεχομένου της σύμβασης. Αποδέχεται, επίσης, τους χορηγούς του προγράμματος, << TOP V >>, υποσχόμενος να σεβαστεί τις οικείες συμβάσεις και να μην συμπεριφέρεται ανταγωνιστικά. Πάντως, ρητά αναγνωρίζεται ότι ο Ολυμπιακός Χάρτης δεν υπερισχύει της κείμενης νομοθεσίας¹⁵⁸. Με ειδική διάταξη, επίσης, ο σπόνσορας αναγνωρίζει τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας της ΟΕΟΑ και της ΔΟΕ. Εφαρμοστέο δίκαιο είναι το ελληνικό, ενώ για την επίλυση των διαφορών προβλέπεται διαιτησία.

¹⁵⁷ Η παροχή σε είδος συνίσταται σε προϊόντα ή υπηρεσίες του χορηγού ή << συνδεδεμένα προωθητικά προγράμματα >>, δηλαδή προωθητικές ενέργειες (πχ. διαφήμιση)

4.2. διεθνείς χορηγοί

Στις συμβάσεις αυτές επαναλαμβάνεται περίπου το ίδιο κείμενο με αυτό των συμβάσεων εθνικών χορηγών. Η ΟΕΟΑ αποδέχεται πλήρως τις συμβάσεις που έχει συνάψει η ΔΟΕ με τους διεθνείς χορηγούς και παραχωρεί σε αυτούς το δικαίωμα χρήσης των άυλων περιουσιακών δικαιωμάτων που ανήκουν σε αυτήν και την ΕΟΕ. Το αντάλλαγμα συμφωνείται στο πλαίσιο του προγράμματος TOP V και περιγράφεται στις συμβάσεις μεταξύ ΔΟΕ και διεθνών χορηγών.

Οι συμβάσεις διέπονται από το ουσιαστικό ελβετικό δίκαιο, ενώ για την επίλυση διαφορών προβλέπεται διαιτησία.

5. Παρατηρήσεις

Βλέπουμε, λοιπόν, πώς διαμορφώθηκε στην Ολυμπιάδα της Αθήνας αυτό το πολύπλοκο καθεστώς των χορηγιών. Αυτό που πρέπει να συγκρατήσουμε είναι η διάκριση σε εθνικούς και διεθνείς χορηγούς, η έγκριση της ΔΟΕ ως όρος του ενεργού για τις συμβάσεις της ΟΕΟΑ με τους εθνικούς χορηγούς, καθώς και η ρήτρες αποκλειστικότητας και διαιτησίας. Όλα αυτά από πλευράς αστικού δικαίου είναι αμφίβολης νομιμότητας. Μπορούν να δικαιολογηθούν, όμως, από τη σπουδαιότητα και την ιδιαίτερη φύση των Ολυμπιακών στο παγκόσμιο αθλητικό γίγνεσθαι και την ανάγκη ασφαλούς και εύρυθμης λειτουργίας τους, καθώς και την, όσο το δυνατόν, αποφυγή πράξεων ανταγωνισμού στα πλαίσια των αγώνων.

¹⁵⁸ << shall be subject to all applicable laws and regulations >>

Επίλογος- Τελικά Συμπεράσματα

Η σύμβαση sponsoring, λοιπόν, όπως είδαμε αποτελεί μία νέα μορφή συμβάσεως της σύγχρονης οικονομίας με πολύ μεγάλο πρακτικό ενδιαφέρον. Αυτό που πρέπει να συγκρατήσουμε σχετικά με τη σύμβαση αυτή είναι ότι πρόκειται για μία μεικτή σύμβαση, αμφοτεροβαρή και επαχθή, σε αντιδιαστολή με τη δωρεοδοτική χορηγία. Ακόμα και αν ο όρος << χορηγία >> είναι αυτός που ακούγεται συνήθως στις συναλλαγές, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι σε περίπτωση που ο δέκτης αναλαμβάνει υποχρέωση προς παροχή (ΑΚ 287), θα εφαρμοστούν τα όσα είπαμε για τη σύμβαση sponsoring.

Το σημαντικότερο και πιο συνηθισμένο είδος sponsoring είναι το αθλητικό. Αναμένεται, μάλιστα, λόγω του αυξανόμενου ενδιαφέροντος του κόσμου για τον αθλητισμό και τις μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις οι συμβάσεις αθλητικού sponsoring να πολλαπλασιαστούν. Παρ' όλα αυτά οι νομικές ρυθμίσεις σχετικά με το ζήτημα της σύμβασης sponsoring λάμπουν δια της απουσίας τους. Είναι απορίας άξιο το πώς μια σύμβαση με τόσο μεγάλη πρακτική αξία ρυθμίζεται τόσο ισχνά τόσο στον ελλαδικό, όσο και στον ευρωπαϊκό και διεθνή χώρο. Για να λυθούν τα αρκετά και σημαντικά προβλήματα που ανακύπτουν θα ήταν χρήσιμο να υπάρξει κάποια νομική ρύθμιση, η οποία θα ρυθμίσει αναλυτικά όλα τα ζητήματα που μπορεί να προκύψουν κατά τη σύμβαση sponsoring. Σκόπιμο θα ήταν, επίσης, να υπάρξει και στο ευρωπαϊκό πεδίο κάποια ρύθμιση σχετικά με το sponsoring, ώστε να εναρμονιστούν οι ευρωπαϊκές νομοθεσίες και να υιοθετούνται ενιαίες λύσεις σχετικά με τα επιμέρους προβλήματα. Μέχρι να γίνει αυτό, καλό θα ήταν οι συμβάσεις sponsoring να είναι όσο το δυνατόν αναλυτικότερες και λεπτομερέστερες, ώστε να μην προκύπτουν προβλήματα. Θα πρέπει να ρυθμίζουν αναλυτικά τους λόγους λύσης και

καταγγελίας της σύμβασης και ο,τιδήποτε άλλο κρίνουν τα μέρη σκόπιμο. Καλό θα ήταν στις συμβάσεις αθλητικού sponsoring να προβλέπονται διατάξεις σχετικά με τους τραυματισμούς, τις ήττες ή τη φαρμακοδιέγερση αθλητών καθώς τέτοια ζητήματα μπορούν να ανακύψουν συχνά στην πράξη. Σκόπιμο είναι, μάλιστα, να μην αρκεστούν τα μέρη σε μία γενική αναφορά καθώς αυτή μπορεί να αποδεικνύεται ότι δεν ανταποκρίνεται στην ιδιαιτερότητα και ιδιομορφία της κάθε συγκεκριμένης περίπτωσης.

Τέλος, ας κλείσουμε αυτήν την εργασία με την ευχή η ολοένα και μεγαλύτερη εμπορευματοποίηση του αθλητισμού, στην οποία συντελεί τα μάλα η εμφάνιση και καθιέρωση της σύμβασης sponsoring, να μην οδηγήσει στην πλήρη αμαύρωση των αξιών και ιδανικών που πρεσβεύει ο αθλητισμός. Ας μην συμβάλλει στην διόγκωση του φαινομένου της φαρμακοδιέγερσης, ας μην οδηγήσει στην απέχθεια του κόσμου για κάθε τι αθλητικό και ας μην προκαλέσει μακροπρόθεσμα την πλήρη απομάκρυνση των ανθρώπων από τον αθλητισμό.

ΤΕΛΟΣ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Ανδρόνικος Μ., Ιστορία των Ολυμπιακών Αγώνων, Εκδ. Αθηνών, 1976
- Βρέλλης Σπυρίδων, Ιδιωτικό Διεθνές Δίκαιο, Β Έκδοση, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 2001
- Γέροντας Απ., Λύτρας Σ., Παυλόπουλος Πρ., Σιούτη Γλ., Φλογαίτης Σ., Διοικητικό Δίκαιο, Εκδόσεις Αντ.Ν.Σάκκουλα 2004
- Γεωργακόπουλος, Το δίκαιον των διαρκών ενοχών
- Γεωργιάδης Απόστολος, Γεν. Αρχές Αστικού Δικαίου, Γ' Έκδοση, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 1997
- Γεωργιάδης Απόστολος, Νέες Μορφές Συμβάσεων της σύγχρονης Οικονομίας, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα
- Γιαννακούρου Γ., Τροβά Ε., Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, Αντ.Ν.Σάκκουλα
- Δαγκτόγλου, Ατομικά και Κοινωνικά Δικαιώματα, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 2003
- Καλλινίκου Διονυσία, Πνευματική Ιδιοκτησία και Συγγενικά Δικαιώματα, Π.Ν.Σάκκουλας, 2000
- Καρακατσάνης, Γαρδίκας, Ατομικό Εργατικό Δίκαιο, Εκδ.Αντ.Ν.Σάκκουλα, Αθήνα- Κομοτηνή
- Καρακώστας, Προστασία του καταναλωτή Ν.2251/1994, Εκδ. Σάκκουλα 2002
- Κλαμαρής Ν., Μπρεδήμας Α., Μαλάτος Α., Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα, 2005

- Μαλάτος Ανδρέας, Παραδόσεις Αθλητικού Δικαίου, Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2005
- Μαλάτος Ανδρέας, Η επιστημολογική προσέγγιση του Αθλητικού Δικαίου, Αντ.Ν.Σάκκουλα, 2000
- Μανωλεδάκη, Μελέτες για εμβάνθυνση στο Ποινικό Δίκαιο 1978-1989, 1990
- Μπελίτσος Π., Αθλητισμός και Αγωγή, 1975
- Σινανιώτη- Μαρούδη Αριστέα, σύμβαση χορηγίας, Εκδ. Αντ.Ν. Σάκκουλα 1999
- Σταθόπουλος Μιχαήλ, Γενικό Ενοχικό Δίκαιο, Γ' Έκδοση, Εκδ. Σάκκουλα 1998
- Τρωιάνος Σπ., Βελισσαροπούλου- Καράκωστα Ι., Ιστορία του Δικαίου, από την αρχαία στη νεώτερη Ελλάδα, Β' Έκδοση. Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα 1997
- Παναγιωτόπουλος Δημήτριος, Αθλητικό Δίκαιο, Συστηματική θεμελίωση- Εφαρμογή, Εκδ. Νομική Βιβλιοθήκη, 2005
- Παναγιωτόπουλος Δημήτριος, Φίλαθλος Ιδιότητα, Αντ.Ν.Σάκκουλας, 1990
- Παναγιωτόπουλος Δημήτριος, Doping Νομική αντιμετώπιση, Αντ.Ν.Σάκκουλας, 1990
- Παναγιωτόπουλος Δημήτριος, Δίκαιο των Ολυμπιακών Αγώνων, Αντ.Ν.Σάκκουλας, 1991
- Παναγιωτόπουλος Δημήτριος, Αθλητικές Σχέσεις, Αντ.Ν.Σάκκουλας, 2002
- Παναγιωτόπουλος Δημήτριος, Αθλητική Έννομη Τάξη- Αρνητικά φαινόμενα στον αθλητισμό και αθλητική δεοντολογία, Αντ.Ν.Σάκκουλας, 2003
- Παναγιωτόπουλος Δημήτριος, Lex Sportiva, τόμος 4, Αντ.Ν.Σάκκουλας, 2005

- Παναγιωτόπουλος Δημήτριος, Αθλητικό Δίκαιο, Αθλητική Δικαιοδοσία, Νομική Βιβλιοθήκη, 2005
- Παναγιωτόπουλος Δ., Ταμπάκης Αντ., Αναγνωστόπουλος Ι., Εργασιακές σχέσεις στον αθλητισμό, 2000
- Παπανικολαού, Μεθοδολογία Ιδιωτικού Δικαίου και Ερμηνεία των Δικαιοπραξιών, Εκδ. Αντ. Σάκκουλα, 2000
- Ν. Παπαντωνίου, Γενικές Αρχές, Εκδ.Αντ.Ν.Σάκκουλα, 1983
- Ρόκας Νικόλαος, Εμπορικές Εταιρείες, Εκδόσεις Αντ.Ν.Σάκκουλα, Γ Έκδοση, 1996
- Σχινάς, Μικταί Συμβάσεις
- Φίλιος Παύλος, Ενοχικό Δίκαιο, Ειδικό Μέρος Ε' Έκδοση, Εκδ.Αντ.Ν.Σάκκουλα 2002
- Φιλίππου Ευάγγελος, Η ιστορία των σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων, Εκδόσεις Σαββάλα, 2002
- Χριστανός, Κοινοτικό Δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, 1997
- Χρυσόγονος Κώστας, Ατομικά και Κοινωνικά Δικαιώματα, Εκδ.Αντ.Ν.Σάκκουλα, 2002

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Bruhn/ Mehlinger, Rechtliche Gestaltung des Sponsoring, Τόμος 1, 2^η έκδοση, 1995
- Hermanns/ Puettmann, Kontrolle des Sponsoring, 1989
- Netzle, Sponsoring von Sportverbaenden, Schulthess Polygraphischer Verlag, Dissertation Zurich, 1987
- Weiland, Der Sponsoring- Vertrag, 2^η έκδοση, 1999
- Weiland, Kultur- und Sportsponsoring im deutshen Recht, 1993

- Wolfgang, Kunkel, Roemische Rechtsgeschichte, Boehlau Verlag, Koeln/ Wien, 1973

ΑΡΘΡΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΑ

- Αναγνωστόπουλος Ι., Η παράβαση αντι- doping και οι συνέπειές της στη σύμβαση χορηγίας, σε Lex Sportiva 2005, σ. 157
- Αντωνίου Θ., Περιορισμοί ατομικών δικαιωμάτων λόγω τέλεσης ολυμπιακών αγώνων, σε Κλαμαρή/ Μπρεδήμα/ Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, Εισηγήσεις και Πρακτικά Επιστημονικού Συνεδρίου, Αθήνα 2003, Εκδ Αντ.Ν.Σάκκουλα, σ.165
- Αυλωνίτης Γ., Λαδιάς Σ., Το Ambush Marketing και οι Ολυμπιακοί Αγώνες Αθήνα 2004, σε Lex Sportiva 2005, σ.103
- Βελισσαροπούλου- Καράκωστα Ι., Νομικό Περίγραμμα των αρχαίων ολυμπιακών αγώνων, σε Κλαμαρή/ Μπρεδήμα/ Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, Εισηγήσεις και Πρακτικά Επιστημονικού Συνεδρίου, Αθήνα 2003, Εκδ Αντ.Ν.Σάκκουλα, σ.43
- Γιαννόπουλος Γ., Οι συμβατικές σχέσεις ΔΟΕ, κράτους, διοργανώτριας πόλης, οργανωτικής επιτροπής και χορηγών, σε Κλαμαρή/Μπρεδήμα/Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, σ.277
- Θεοδωράτος Ηλ., Νομικά ζητήματα από την προετοιμασία των Ολυμπιακών Αγώνων, σε Εφαρμογές Δημοσίου Δικαίου, 2003, Ειδικό Τεύχος, σ.63

- Καλλινίκου Δ., Ολυμπιακοί Αγώνες, πνευματική ιδιοκτησία και τηλεοπτικά δικαιώματα, σε Κλαμαρή/Μπρεδήμα/Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, σ.303
- Κουτρούλης Β., Η σύμβαση φιλοξενούσας πόλης ή Δούρειος ίππος των Ολυμπιακών αγώνων. Απόπειρα προσέγγισης του φαινομένου και επίδραση στην ελληνική έννομη τάξη, σε Εφαρμογές Δημοσίου Δικαίου, 2003, Ειδικό Τεύχος, σ.115
- Μαλάτος Α., Η αθλητική δικαιοσύνη ως πεδίο σύγκρουσης της αθλητικής και της κρατικής έννομης τάξης, σε Lex Sportiva 2005, σ.72
- Μαυρομάτης Αχ., Η αντικειμενική ευθύνη στο ντόπινγκ, σε Lex Sportiva 2005, σ.139
- Μπρεδήμας Αντ., Η νομική φύση της ΔΟΕ και των διεθνών αθλητικών ομοσπονδιών και η σχέση τους με τη διεθνή και κρατική έννομη τάξη, σε Κλαμαρή/Μπρεδήμα/Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, σ.73
- Νομικός Ν., Η χρησιμότητα της αγοραγνωσίας και της καταναλωτικής πίστης στο αθλητικό γίνεσθαι, σε Lex Sportiva 2005, σ.184
- Παναγιωτόπουλος Δ., Αθλητικό Δίκαιο- Εφαρμογή και Ολυμπιακοί Αγώνες, σε Lex Sportiva 2005, σ.203
- Παναγιωτόπουλος Δ., Κατηγορίες αδικοπραξιών στον αθλητισμό και η αναζήτηση της ευθύνης, ΝοΒ 48, σ.1377
- Παναγιωτόπουλος Δ., Το ντόπινγκ, οι νόμοι και το χρήμα, σε εφ., Το Βήμα, (Νέες εποχές 17.9.2000)
- Παναγιωτόπουλος Δ., Η συμμετοχή των αθλουμένων στη διοικητική δράση και η προστασία της προσωπικότητας, σε Διοικητική Δίκη, Τομ. 10, Τευχ.1, σ.26

- Πανούσης Γ., Ο πραγματικός << Νόμος >> των Ολυμπιακών Αγώνων, σε Lex Sportiva 2005, σ.79
- Παπαδημητρίου Ν., Η διοικητική Οργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων (Εμπλεκόμενα όργανα και θεσμοί), σε Εφαρμογές Δημοσίου Δικαίου, 2003, Ειδικό Τεύχος, σ.9
- Περάκης Ε., Σύγχρονα προβλήματα της διαφήμισης, σε Η διαφήμιση και οι Κώδικες δεοντολογίας, 8^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εμπορικόλογων, σ.23
- Σχινάς, Μικταί Συμβάσεις, ΝοΒ 10, 121
- Τσιλιώτης Χ., Η άθληση ως ατομικό δικαίωμα και η συμμετοχή σε ολυμπιακούς αγώνες, σε Κλαμαρή/Μπρεδήμα/Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, σ.155
- Χελιδόνης Α., Ένα νέο χρηματοδοτικό μόρφωμα: Η σύμβαση << ανταποδοτικής χορηγίας >> (Sponsoring), σε ΕπισκεΔ 1997, σ.568

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΑ

- Brinkmann, Die Sicherung der freien Berichterstattung von Sportveranstaltungen und anderen oeffentlichen Ereignissen, σε Media Perspektiven, 1998, Nr 3, σ. 98-100
- Bruhn, Umweltsponsoring- ein neues Instrument der Markenführung, στο οικονομικό περιοδικό << Markenartikel, Zeitschrift der Markenartikelindustrie >>, Wiesbaden 1990, σ.198

- Bruhn, Möglichkeiten zur Erweiterung des Werbevolumnes durch Sponsoring und Product Placement?, Markanartikel 1988, 224
- Heermann P., Gewerbliche Schutzrechte an olympischen Symbolen, σε Κλαμαρή/Μπρεδήμα/Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, σ.303
- Henning- Bodewig, Neure Entwicklungen im Sponsoring, ZUM 1997, 633
- Schwarz A., Doping bei den Olympischen Spielen als Disziplinar- und Straftat, σε Κλαμαρή/Μπρεδήμα/Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, σ.379
- Silance L., Statut juridique des participants aux jeux Olympiques, σε Κλαμαρή/Μπρεδήμα/Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, σ.129
- Vieweg K., Sponsoring und Olympische Spiele, σε Κλαμαρή/Μπρεδήμα/Μαλάτου, Ολυμπιακοί Αγώνες και Δίκαιο, σ.255

ΙΣΤΙΟΣΕΛΙΔΕΣ

- www.olympic.org
- www.wiklopedia.org/wiki/Doping_at_the_Olympic_Games
- www.isideiaaf.org
- www.iaaf.org.
- www.sportslawnews.com
- www.wada-ama.org
- www.olympiaka.com
- www.agfisonline.com

- www.otab.com
- www.ioa.org.gr
- www.olympiceducation.gr
- www.hoa.gr
- www.eurolympic.org

