

*DECÀLEG  
PER AL FOMENT  
DEL MECENATGE  
I EL PATROCINI CULTURAL*

Aquest document és un extracte de l'informe *Estat de la qüestió, propostes i recomanacions per al foment del mecenatge i el patrocini cultural a Catalunya* aprovat pel plenari del Consell Nacional de la Cultura i de les Arts CoNCA en data 6 de febrer de 2015

Amb el suport de:



Correcció lingüística: Caplletra, S.L.

Disseny i maquetació: Eloi Andinach - [www.andinach.com](http://www.andinach.com)

Impressió: Pressing Impressió Digital, S.A.

El CoNCA està integrat per:

Plenari: Carles Duarte, Gemma Sendra, David Albet, Mercè Gisbert, Pilar Parcerisas i Isona Passola

Direcció: Sílvia Muñoz d'Imbert

Equip tècnic: Anna Andreu Martínez, Jordi Auladell Marquès, Lídia Benito Porté, Gemma Carbonell Jorquera, Ramon Castells Ros, Jesús Fernández Acebal, Cèlia Garcia Trujillo, Cristina Huguet Martínez, Anna Cintya Loayza Martín, Lluïsa Sala i Tubert i Joan Torrent Pérez

El document *Decàleg per al foment del mecenatge i el patrocini cultural*, editat pel Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA), està subjecte a una llicència de Reconeixement-NoComercial 4.0 Internacional de Creative Commons. Se'n permet la còpia, la distribució i la comunicació pública sense ús comercial, sempre que se'n citi la font.



Podeu descarregar aquest informe a: <http://www.conca.cat>

Barcelona, maig 2015

Dipòsit legal: B 13596-2015

Introducció .....	4
<b>EIX 1</b> <b>REALITAT SOCIAL</b> .....	<b>7</b>
<b>EIX 1A</b> Estratègies associades a la transformació de la realitat social.....	9
<b>EIX 2</b> <b>POLÍTIQUES PÚBLIQUES</b> .....	<b>12</b>
<b>EIX 2A</b> Estratègies governamentals en l'àmbit de la política cultural.....	13
<b>EIX 2B</b> Estratègies governamentals en l'àmbit de la política econòmica i fiscal.....	14
<b>EIX 2C</b> Estratègies governamentals de regulació del tercer sector i de les plataformes de microfinançament .....	17
<b>EIX 2D</b> Estratègies governamentals en l'àmbit de la comunicació i l'educació .....	18
<b>EIX 3</b> <b>OPERADORS</b> .....	<b>21</b>
<b>EIX 3A</b> Estratègies a assumir pels actors culturals receptors.....	23
<b>EIX 3B</b> Estratègies a assumir pels donants, mecenes o patrocinadors.....	24
<b>EIX 3C</b> Estratègies a assumir pels agents i les plataformes de mediació .....	26

L'estudi *Estat de la qüestió, propostes i recomanacions per al foment del mecenatge i el patrocini cultural a Catalunya* encarregat pel Consell Nacional de la Cultura i de les Arts CoNCA té com a principal pretensió proposar un conjunt coherent d'estratègies de política governamental i, al mateix temps, aportar consell als mateixos sectors culturals i a les entitats donants de recursos de mecenatge i patrocini. Es tracta de poder establir les bases per reorientar la transformació de les polítiques culturals, econòmiques i fiscals fins ara vigents, tenint en compte la realitat catalana en aquest àmbit.

Les mesures concretes que es formulen en aquest document no s'han de prendre com una proposta tancada, sinó com a **punt de partida per a una negociació** més àmplia amb el conjunt d'operadors del sector. Cal tenir en compte que l'escenari actual és molt obert, fet que desaconsella les propostes tancades o maximalistes.

## **TRES EIXOS** factorials clau s'utilitzen per explicar les pràctiques de patrocini i mecenatge, així com per organitzar les recomanacions i les propostes de l'estudi:



La **REALITAT SOCIAL**, un compendi que engloba des de la formació dels valors i les tendències socials, passant pel comportament dels públics culturals, fins als mitjans i les xarxes de comunicació.



Les **POLÍTIQUES PÚBLIQUES**, tant les específicament culturals com les econòmiques i fiscals, les comunicatives o d'educació, i la regulació del tercer sector.



Els **OPERADORS**, que inclou les empreses i els particulars donants, les entitats culturals receptores, i els agents i les plataformes de mediació.

Per elaborar les propostes ens hem basat en les tres grans fonts d'anàlisi següents:

- El diagnòstic dels factors que incideixen en les relacions i actituds dels donants, els receptors i els intermediaris.
- L'experiència internacional, en particular l'europea, la nord-americana i la llatinoamericana.
- Les propostes obtingudes durant el treball de camp, fruit de les respostes al qüestionari, dels grups focals o a les entrevistes i reunions amb experts.

Amb tot aquest material, s'han redactat els **PRINCIPIS** i les **PROPOSTES** que a continuació es detallen, que componen una proposta integral, capaç de donar alternatives a la incertesa del moment polític i econòmic present. El seu objectiu últim és ajudar a fer reflexionar els diferents actors amb capacitat de decisió —governamentals i no governamentals— en el moment de proposar i implementar aquelles estratègies que, en cada cas, estiguin a les seves mans.

**Estratègies lligades a la formació de la realitat social** i els seus valors culturals, socials, comunicatius i filantròpics. En aquest primer grup de propostes, amb efectes a mitjà i llarg termini, hi tenen un paper important tots els agents clau del teixit social: famílies, institucions culturals i educatives, i els mitjans i les xarxes de comunicació.

**Estratègies de política pública**, que engloben tant orientacions genèriques com propostes d'ordre legislatiu i executiu estructurades en:

- A** Propostes de política cultural
- B** Propostes de política econòmica i fiscal
- C** Propostes de regulació del tercer sector
- D** Propostes de política comunicativa i educativa

**Estratègies centrades en els donants, receptors i mediadors**, que inclouen propostes pràctiques, recomanacions i canvis d'hàbits que haurien d'incorporar aquests agents:

- A** Propostes per als actors culturals receptors
- B** Propostes per als donants, mecenes o patrocinadors
- C** Propostes per als agents i les plataformes de mediació



*DECÀLEG  
PER AL FOMENT  
DEL MECENATGE  
I EL PATROCINI CULTURAL*

*EIX  
—  
1*

*REALITAT SOCIAL*

En el diagnòstic integrat s'han assenyalat tres factors cabdals per al desenvolupament del mecenatge i el patrocini cultural que depenen de la realitat social: els valors i les tendències socials predominants, la valoració social de la cultura i els comportaments dels públics culturals. Pretendre incidir-hi és una tasca complexa i amb resultats a llarg termini. Tanmateix, a continuació es proposen alguns principis i exemples d'estratègies que caldria que seguissin els diferents agents socials.







EIX  
-  
1A

## Estratègies associades a la transformació de la realitat social

### Principis:

EIX 1A - Estratègies associades a la transformació de la realitat social

- Donar valor a la dimensió artística i patrimonial dels sentiments de pertinença a la comunitat.
- Donar valor a la participació activa, al sentiment i a l'emoció com a incentius del mecenatge cultural.
- Potenciar el voluntariat com a expressió del compromís filantròpic de la ciutadania.
- Interessar els mitjans de comunicació en els valors i les pràctiques de mecenatge filantròpic i de patrocini empresarial, destacant el seu valor informatiu.
- Afavorir un millor i més ampli tractament de la cultura en tots els mitjans i xarxes de comunicació que no exclouï ni els donants ni els territoris o àmbits més perifèrics.

### Propostes:

EIX 1A - Estratègies associades a la transformació de la realitat social

- Dissenyar **programes escolars i universitaris** basats en la pràctica artística i patrimonial per millorar la sensibilitat dels joves envers la cultura, la filantropia i el voluntariat.
- Fomentar des de l'entorn civil i cultural activitats que impliquin **vincles emocionals** i relacions de públic properes.
- Donar valor a la cultura i a la responsabilitat social corporativa entre els professionals i **alts executius** de les empreses i de les institucions públiques, ja des de les escoles d'alta administració, enllaçant-les amb els seus propis interessos i valors.
- Organitzar trobades entre responsables dels mitjans de comunicació, mecenes i patrocinadors, amb l'objectiu d'afavorir un millor coneixement mutu.
- Instituir un premi al millor reportatge periodístic sobre mecenatge i patrocini cultural.
- Donar a conèixer i aprofundir l'anàlisi dels estudis sobre consum cultural i difusió dels mitjans de comunicació a Catalunya.



*DECÀLEG  
PER AL FOMENT  
DEL MECENATGE  
I EL PATROCINI CULTURAL*

*EIX  
-  
2*

*POLÍTIQUES PÚBLIQUES*

Les propostes que es presenten a continuació parteixen de la situació actual essent de fàcil adaptació als canvis constants que es produeixen en l'àmbit de les polítiques públiques. L'important és que les propostes governamentals i les noves disposicions fiscals responguin a la realitat i a les necessitats específiques de l'heterogeni però particular sector cultural català, a la praxi i els valors de les empreses patrocinadores amb interessos a Catalunya, i al potencial de desenvolupament del mecenatge filantròpic, institucional o el micromecenatge.



# EIX - 2A

## Estratègies governamentals en l'àmbit de la política cultural

### Principis:

EIX 2A - Estratègies governamentals en l'àmbit de la política cultural

- Donar valor al mecenatge filantròpic de l'àmbit cultural, tant el gran com el petit, en tots els territoris del país.
- Donar valor al patrocini empresarial en l'àmbit de la cultura.
- Acompanyar amb sensibilització, assessorament i formació els operadors culturals en el procés de trànsit cap a un model de finançament més complex i costós per la diversitat d'actors finançadors.
- Afavorir plataformes transparents d'informació independent sobre les propostes culturals existents i sobre les característiques de les diverses tipologies de donants.
- Davant possibles conflictes d'interessos en casos de recepció de mecenatge o patrocini, donar suport a les iniciatives del tercer sector davant els projectes de titularitat pública i no abusar de la posició dominant que l'Administració pública hi acostuma a tenir.

### Propostes:

EIX 2A - Estratègies governamentals en l'àmbit de la política cultural

- Donar a conèixer les **experiències** històriques i més recents de mecenatge de la cultura a través d'exposicions, publicacions o webs, entre altres.
- Crear **consells de mecenes i patrocinadors** en les organitzacions culturals públiques i incorporar algunes de les seves personalitats més rellevants als **consells d'administració**.
- Crear diversos **premis** que valorin la tasca dels **mecenes** (per sectors culturals, per territoris, a micromecenes que donin suport a més projectes diferents, etc.).
- Crear diversos **premis** que valorin socialment i empresarialment el **patrocini**, associat a organitzacions empresarials i cambres de comerç (per sectors culturals, al més altruista, al més innovador, a la trajectòria d'un executiu, etc.).
- Afavorir la implementació de **plataformes independents** que permetin donar a conèixer la diversitat de propostes culturals existents, el seu historial, el seu valor en termes de



**Propostes:**

EIX 2A - Estratègies governamentals en l'àmbit de la política cultural



patrocini o mecenatge, la seva qualitat, la seva aportació cultural i la seva necessitat social.

- Donar suport a la creació d'un **directori amb l'històric** de patrocini cultural de les empreses —d'acord amb les mateixes empreses—, amb l'objectiu d'evitar contactes innecessaris i fer més eficient l'esforç per contactar-hi.
- Establir un mecanisme addicional de **subvenció condicionada** que aportï el 33,3 % complementari dels recursos obtinguts en campanyes exitoses de microfinançament de projectes que compleixin les condicions següents:
  - Que la recaptació se situï entre 5.000 i 18.000 euros.
  - Que es disposi de 120 donants com a mínim.
  - Que els seus promotors no siguin beneficiaris d'altres subvencions.
- Incorporar els recursos obtinguts en campanyes de microfinançament als llistats o **còmputos** per obtenir subvencions.



**EIX  
—  
2B**

*Estratègies governamentals en l'àmbit de la política econòmica i fiscal*

**Principis:**

EIX 2B - Estratègies governamentals en l'àmbit de la política econòmica i fiscal

- Aprovació d'una **lleï catalana de mecenatge i patrocini** que consideri específicament l'àmbit cultural. Cal pensar-la tenint en compte tant l'actual situació en què Catalunya té competències fiscals limitades com situacions futures de plenes competències en la matèria. Aquesta normativa s'hauria de basar en els principis següents:
  - Visió global: mecanismes d'incentiu fiscal (dins l'IRPF, l'IRNR, l'impost de societats, el de successions i donacions, l'IVA, l'impost de transmissions patrimonials), en sintonia amb una nova regulació del tercer sector i de les relacions entre els sectors econòmics i socials amb les administracions públiques.



**Principis:**

EIX 2B - Estratègies governamentals en l'àmbit de la política econòmica i fiscal



- Equitat i proporcionalitat dels mecanismes d'incentiu fiscal.
- Unes quotes de deducció i uns valors màxims deduïbles fixats en aquells nivells que maximitzin l'aportació privada, per tal de fer tan eficient com es pugui l'aportació per part de la hisenda pública.
- Ampliar la base de donants i el nombre i la distribució territorial de les entitats beneficiades per donatius desgravables.
- Donar la màxima transparència a la difusió de les polítiques econòmiques i fiscals i el seu impacte, tant de cara als operadors com al conjunt de la societat.
- Establir nivells de desgravació relativament més elevats per a aquelles activitats prioritàries, situades en territoris econòmicament febles o perifèrics respecte de Barcelona.
- Donar suport a un observatori independent del mecenatge i el patrocini cultural que vetlli pel màxim impacte i el bon ús dels beneficis fiscals aportats.

**Propostes:**

EIX 2B - Estratègies governamentals en l'àmbit de la política econòmica i fiscal

- Mentre es mantingui l'actual règim autonòmic comú, la normativa catalana hauria de **completar i ampliar els supòsits de l'ordenament estatal** en totes aquelles matèries en què sigui competent.
- Considerar com a **beneficiaris** potencials de les donacions (generadores de desgravació dins l'IRPF, l'IRNR i l'IS dels donants):
  - Fundacions i associacions declarades d'utilitat pública amb seu social a Catalunya.
  - Administracions públiques catalanes i tots els seus organismes autònoms (administratius, comercials, fundacions públiques o empreses públiques).
  - L'Església catòlica i altres confessions religioses legalment establertes a Catalunya.
  - Centres i casals catalans a l'estranger actius i donats d'alta al corresponent registre del Govern de Catalunya.
  - Creadors i artistes, sense vincles familiars o corporatius directes amb el donant, amb una renda anual inferior a 120.000 euros i que estiguin donats d'alta de l'IAE en un dels epígrafs corresponents a activitat literària, visual, escènica, musical o audiovisual.
- Declarar les entitats i persones físiques beneficiades **exemptes de tributar** per la donació rebuda, sigui aquesta en metàl·lic, béns o drets.



**Propostes:**

EIX 2B - Estratègies governamentals en l'àmbit de la política econòmica i fiscal



- Declarar les persones físiques beneficiàries de la donació **exemptes de tributar** la donació rebuda dins l'impost de successions i donacions.
- Impulsar un sistema de **deduccions progressives en la quota de l'IRPF** dels donants:
  - Ampliar la deducció de la quota fins al 75 % de la donació per als primers 150 euros per a cada **donació individual** feta (en lloc d'afectar només el conjunt de donacions fetes).
  - Ampliar la deducció fins al 60 % per als 150 euros següents (entre 150 i 300 euros) de cada donació individual feta.
  - La resta d'aportacions tindrien una deducció general del 40 %.
- Establir una deducció del 100 % del valor de la donació a la base imposable de l'**impost de societats**, amb una deducció addicional del 20 % de la donació en la quota de l'impost (que augmenta fins al 30 % per als primers 500 euros donats a una mateixa entitat), amb un límit màxim del 30 % de la base imposable prèvia a la deducció.
- Mantenir per al donant (a l'IRPF, l'IRNR i l'IS) l'**exempció del guany patrimonial** que es genera amb la donació del bé.
- Ampliar amb el 5 % addicional les donacions a entitats domiciliades en **comarques perifèriques o municipis amb un PIB** per capita **inferior** en el 25 % a la mitjana catalana.
- Establir una deducció addicional del 5 % per a aquelles donacions que els dos anys anteriors s'hagin **mantingut o incrementat** per a la mateixa entitat.
- Anul·lar els avantatges fiscals extraordinaris que el Consell de Ministres atorga anualment a les empreses que patrocinen **grans esdeveniments o commemoracions**.
- Establir una deducció addicional del 5 % per a les donacions a projectes singulars o de temàtiques específiques als quals anualment el govern de Catalunya atorgui la consideració de **prioritaris**.
- Impulsar la **dació en pagament** tant per a empreses com per a persones físiques.
- **Exonerar** d'obligacions tributàries els projectes de microfinançament amb recaptacions inferiors a 3.000 euros, en el cas de disposar d'un mínim de 30 donants i estar promoguts per persones físiques sense activitat professional en el sector.
- Publicar les **hipòtesis** detallades de benefici fiscal als pressupostos públics, així com la consegüent memòria resultant de les **liquidacions tributàries**.
- Modificar el **criteri de fiscalitat** d'associacions i fundacions, basat en la finalitat social dels recursos i no en el mecanisme d'origen dels ingressos.



# EIX - 2C

## Estratègies governamentals de regulació del tercer sector i de les plataformes de microfinançament

### Principis:

EIX 2C - Estratègies governamentals de regulació del tercer sector i de les plataformes de microfinançament

- Donar valor a les organitzacions empresarials i filantròpiques amb centres de decisió a Catalunya.
- Donar un tractament legal i de foment diferenciat a les fundacions en funció de la seva capacitat patrimonial i la destinació dels seus recursos.
- Donar suport i cobertura legal a les fundacions paraigua que gestionin altres fons fundacionals o facilitin l'atorgament d'ajuts a tercers.
- Donar suport, cobertura legal i assessorament a les plataformes catalanes de microfinançament de projectes socials i culturals.

### Propostes:

EIX 2C - Estratègies governamentals de regulació del tercer sector i de les plataformes de microfinançament

- Donar a conèixer els **valors locals** a les empreses amb unitats de producció a Catalunya, però amb centres de decisió externs, de la mà dels seus directors regionals i dels sindicats.
- Modificar la **Llei de fundacions** amb l'objectiu de diferenciar en funció dels fons propis anuals a favor de la missió i l'ús dels fons per a projectes propis o de tercers.
- Donar un incentiu suplementari a les fundacions que destinin com a mínim el 25 % dels seus recursos a activitats o projectes que, d'acord amb la seva missió fundacional, siguin promoguts i realitzats a **iniciativa de tercers** (sense vincle corporatiu o familiar).
- Donar suport a un **observatori independent** que avalui les pràctiques de mecenatge i patrocini empresarial en termes de transparència, conducta ètica, eficàcia i compliment dels compromisos acordats.
- Donar suport a la posada en marxa de la **Fundació Catalunya Cultura**, plataforma de reflexió i acció conjunta entre empreses i Govern per ajudar a desenvolupar models innovadors de cooperació entre el món empresarial i el de la cultura.
- Desenvolupar un marc normatiu de suport a la tasca de les **plataformes de microfinançament** de projectes culturals que permeti fer el seguiment dels beneficis fiscals dels projectes que s'hi acullin.

# EIX - 2D

## Estratègies governamentals en l'àmbit de la comunicació i l'educació

### Principis:

EIX 2D - Estratègies governamentals en l'àmbit de la comunicació i l'educació

- Ajudar a crear una autèntica cultura de mecenatge que sigui capaç d'implicar activament tota la ciutadania en la sostenibilitat social i econòmica de la vida i les manifestacions culturals.
- Difondre i donar valor a les persones, institucions i accions de mecenatge i patrocini cultural.
- Afavorir una cultura de la col·laboració, la filantropia, el voluntariat i les virtuts del bé comú des del sistema educatiu que permeti superar les actituds egoistes.
- Garantir la màxima transparència i accessibilitat a la informació per als donants, els receptors i la ciutadania en general.
- Donar valor a les notícies sobre mecenatge i patrocini cultural procedents d'arreu de Catalunya, en particular dels mitjans de comunicació públics.

### Propostes:

EIX 2D - Estratègies governamentals en l'àmbit de la comunicació i l'educació

- Crear un nou **premi nacional** de mecenatge cultural i impulsar la creació de diversos guardons, conjuntament amb altres institucions, que ajudin a donar reconeixement social als patrocinadors i mecenes per sectors culturals i àmbits territorials.
- Incentivar **trobades** entre institucions culturals i petites i mitjanes empreses en les quals es puguin presentar projectes, del tipus àngel inversor (*business angel*), associades a una **llotja del mecenatge cultural** amb caràcter virtual i permanent.
- Realitzar accions de **sensibilització** sobre els beneficis socials del mecenatge i el patrocini cultural a les facultats de Comunicació, el Col·legi de Periodistes i altres instàncies professionals del **món dels mitjans**.
- Impulsar campanyes de sensibilització per a empreses i agrupacions d'empresaris de **sectors afins** o que es beneficien de l'oferta cultural (sector turístic, comunicacions, etc.).
- Millorar la **imatge pública** de la tasca de l'emprenedoria i les empreses a la societat, en particular quan tenen un fort compromís en termes de responsabilitat social corporativa.



**Propostes:***EIX 2D - Estratègies governamentals en l'àmbit de la comunicació i l'educació*

- Incloure els **valors** de la filantropia, el voluntariat i l'activisme cultural com a bona pràctica en els projectes educatius de centre i en els dissenys curriculars de les matèries.
- Incloure les **pràctiques artístiques i patrimonials** (grups de teatre, música, audiovisual, descoberta patrimonial, etc.) com a centres d'interès i instruments del procés educatiu en els plans d'estudi de les matèries.



*DECÀLEG  
PER AL FOMENT  
DEL MECENATGE  
I EL PATROCINI CULTURAL*

*EIX  
-  
3*

*OPERADORS*

Hi ha diferents variables que incideixen de manera notable en les pràctiques de mecenatge i patrocini cultural. La titularitat del promotor, la ubicació del projecte, el tipus de projecte, el sector, la projecció o el model de finançament són les més rellevants. En el moment actual, a Catalunya els projectes culturals que capten més recursos de mecenatge i patrocini són els festivals de música i els projectes de conservació i difusió del patrimoni cultural. Modificar aquesta dinàmica suposa canviar la forma d'actuar de tots els implicats. A continuació, es proposen diferents estratègies personalitzades per a cada tipus d'operador.



# EIX — 3A

## Estratègies a assumir pels actors culturals receptors

### Principis:

EIX 3A - Estratègies a assumir pels actors culturals receptors

- Compartir visió i valors amb la societat, proposant projectes que contribueixin a un millor desenvolupament cultural de la comunitat, tot facilitant que altres agents —mecenes i patrocinadors— vulguin participar donant suport als projectes.
- Obrir-se davant els canvis de context (econòmic, polític o tecnològic) desenvolupant estratègies flexibles, en particular en l'àmbit de la gestió i el finançament.
- Mostrar compromís ètic i transparència en el desenvolupament del projecte i de les activitats acordades amb els mecenes i els patrocinadors, i donar el millor aprofitament i ús possible als recursos rebuts.
- Especificar correctament i complir al llarg del procés els objectius, les estratègies i els mecanismes de seguiment i avaluació.
- Desenvolupar una cultura de la col·laboració i del bé comú, especialment en situacions d'escassetat de recursos.
- Afavorir una major participació de mecenes i patrocinadors en els òrgans de decisió de les entitats culturals.
- Promoure el voluntariat al si de les organitzacions culturals.

### Propostes:

EIX 3A - Estratègies a assumir pels actors culturals receptors

- Incorporar professionals especialitzats i formar **equips de gestió** capaços de desenvolupar, internament o externament, bones estratègies de captació i manteniment del mecenatge i el patrocini cultural.
- Organitzar els projectes culturals sota l'empara legal de **persones jurídiques** que es puguin beneficiar dels avantatges fiscals per al patrocini i el mecenatge.



**Propostes:**

EIX 3A - Estratègies a assumir pels actors culturals receptors



- **Compartir recursos i coneixements** entre entitats amb realitats i interessos comuns (xarxes d'equipaments, sectors emergents, etc.).
- Desenvolupar **arguments** i productes d'alt valor simbòlic i material com a contrapartida per als patrocinadors.
- Donar a conèixer la pròpia **trajectòria** i alimentar una imatge de marca atractiva.
- Dotar de la màxima visibilitat social els projectes culturals.
- Lligar les estratègies de desenvolupament de **públics**, garant de la sostenibilitat econòmica dels projectes, amb les d'obtenció de patrocini i mecenatge, ja que no només poden generar sinergies (públic-mecenes), sinó que constitueixen la base de l'impacte social que cerquen moltes empreses patrocinadores.
- Disposar d'estratègies específiques de **voluntariat** que no signifiquin una explotació laboral com a mitjà de lligam amb la comunitat i de foment d'una cultura filantròpica.

**EIX**  
—  
**3B**

*Estratègies a assumir pels donants,  
mecenes o patrocinadors*

**Principis:**

EIX 3B - Estratègies a assumir pels donants, mecenes o patrocinadors

- Preservar el valor cultural, la integritat de l'obra artística o patrimonial, el patrimoni lingüístic, el talent creatiu i la capacitat d'innovació i risc dels professionals dels projectes.
- Respectar i potenciar els drets culturals de la comunitat, així com la diversitat cultural.
- Enfortir la cultura filantròpica, la responsabilitat social corporativa i un compromís ciutadà més gran a favor de les arts i el patrimoni.





**Principis:**

EIX 3B - Estratègies a assumir pels donants, mecenes o patrocinadors



- Potenciar formes d'intercanvi i comunicació basades en la sensibilitat, l'emotivitat i el respecte.
- No exigir contrapartides abusives o lesives per als promotors dels projectes, ni que comportin una instrumentalització política, econòmica o social.
- Impulsar formes de suport innovadores que donin valor a recursos desaprofitats.

**Propostes:**

EIX 3B - Estratègies a assumir pels donants, mecenes o patrocinadors

- Coresponsabilitzar els grans patrocinadors en campanyes per obtenir ajuts menors per part de petites i mitjanes empreses interessades a **associar el seu nom al prestigi de líders sectorials**.
- Impulsar **campanyes de promoció** de la responsabilitat social corporativa des de les cambres de comerç i les organitzacions patronals.
- Afavorir les **donacions temporals**, en préstecs d'ús o comodats, de tot tipus de mitjans de producció (locals, equipament tècnic, mitjans de transport, escenografies i vestuari, instruments de música, etc.), i en particular de béns d'interès cultural.
- Impulsar formes de donació basades en l'**usdefruit** de drets.
- Incorporar el **voluntariat corporatiu**, serveis realitzats pels treballadors d'empreses o institucions dins l'horari laboral remunerat (o parcialment remunerat), com a alternativa al mecenatge institucional o d'empresa.
- **Associar proveïdors** (amb contractes a favor de tercers) i **clients** (a través de campanyes de promoció, descomptes o punts regal) en les accions de patrocini i mecenatge cultural de l'empresa.
- Posar en marxa una oficina (a la Cambra de Comerç o a la patronal) en la qual es puguin **denunciar les males pràctiques** de patrocini empresarial (abusives o lesives per als promotors dels projectes o que comportin instrumentalització política, econòmica o social).

# EIX - 3C

## Estratègies a assumir pels agents i les plataformes de mediació

### Principis:

EIX 3C - Estratègies a assumir pels agents i les plataformes de mediació

- Incentivar plataformes de trobada i mediació formal i informal entre donants i receptors d'ajuda, amb l'esperit de beneficiar totes dues parts, que tingui en compte les diverses dimensions, territoris i sectors culturals.
- Desenvolupar els serveis tècnics i d'assessorament de les plataformes catalanes de microfinançament per fer-les més eficients, eficaces i transparents.
- Impulsar un observatori d'anàlisi del mecenatge i el patrocini cultural i les seves motivacions a Catalunya.
- Desenvolupar una oferta formativa de qualitat.
- Donar suport a les comunitats i als estudis de públics, complement de la xarxa social de fidelitat entre la comunitat i les manifestacions culturals.

### Propostes:

EIX 3C - Estratègies a assumir pels agents i les plataformes de mediació

- Crear un **cercle de gestors de recursos** (fundraisers) per compartir experiències, bones pràctiques i contactes.
- Desenvolupar un **observatori independent** que impulsi:
  - L'elaboració i publicació de bases de dades amb l'**historial** de mecenatge i patrocini cultural català, organitzades per tipologies i etiquetes de qualitat.
  - La creació d'un **directori** en què cada projecte o institució cultural interessada a obtenir mecenatge o patrocini pugui omplir una fitxa sobre ell mateix, amb indicadors de viabilitat, impacte i vertebració social, territorial, internacional, artística o innovadora, amb l'objectiu de facilitar-ne la visibilitat. S'emetrien diverses **etiquetes de qualitat** sobre la base d'unes inspeccions periòdiques que verificarien la certesa de les informacions publicades.



**Propostes:**

EIX 3C - Estratègies a assumir pels agents i les plataformes de mediació



- Realitzar estudis sobre les diferents **cadena de valor** en el mecenatge i el patrocini cultural.
- **Publicar experiències i anàlisis** amb arguments i discursos que facilitin una millor i creixent pràctica del mecenatge i el patrocini cultural.
- Impulsar programes de formació de gestors de recursos, indicadors d'avaluació de l'impacte i esquemes d'assessoria en la intermediació entre donants i receptors, especialment dissenyats per a **projectes de petit i mitjà format**.
- Crear **plataformes, patronats compartits o campanyes paraigua** (per objectius, territoris, sectors) que facilitin la distribució de recursos entre una diversitat de petits projectes que comparteixin una mateixa marca.
- Organitzar **trobades periòdiques** entre mitjans de comunicació i empreses patrocinadores per explicar la feina realitzada.
- Encarregar a un comitè d'experts independents l'elaboració d'un **diagnòstic de prioritats** culturals de país, per tal que els potencials mecenes visualitzin aquells projectes més necessitats o rellevants als quals poden aportar recursos.
- Enfortir les plataformes catalanes de microfinançament amb uns serveis tècnics i d'assessorament més competitiu i eficient, compromesos amb el desenvolupament cultural i capaços de donar garanties al sector públic de cara al desenvolupament de beneficis fiscals per als projectes culturals que els utilitzin.

