



***REGOLAMENTO PER LA GESTIONE  
DELLE SPONSORIZZAZIONI***  
*(approvato con Decreto del Direttore Generale  
n. 81 del giorno sei aprile 2021)*

M

## ART. 1 - OGGETTO

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione nell'ambito di iniziative organizzate e gestite dall'Agenzia regionale CAMPANIA TURISMO (di seguito anche solo Agenzia).

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa. L'obbligazione dell'Agenzia costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine per lo sponsor.

3. Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (*sponsee*) la quale garantisce allo stesso, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti nonché spazi fisici e digitali e qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni e messaggi pubblicitari, la possibilità di pubblicizzare il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizio simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto;

b) per "sponsorizzatore" o "*sponsor*": il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;

c) per "sponsorizzato" o "*sponsee*": il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello *sponsor* nell'ambito di propri eventi, iniziative, progetti, spazi fisici e digitali e qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni e messaggi pubblicitari;

d) per "*spazio pubblicitario*": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di messaggi pubblicitari.

4. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta all'Agenzia, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative ed eventi organizzati dalla stessa Agenzia.

## ART. 2 - DESTINATARI E CONTENUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI. DIRITTO DI RIFIUTO

1. L'Agenzia può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e/o privati, operatori economici, professionisti, fondazioni, associazioni senza fini di lucro.

2. Le iniziative di sponsorizzazione possono riguardare tutti i lavori e/o i beni e/o i servizi, individuate dalla Direzione Generale ai sensi del successivo articolo 6.

3. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, religiosa, filosofica o di altre forze istituzionalmente rappresentate;
- b) pubblicità, anche informa indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa vigente nonché quelle di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia, produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
- c) messaggi offensivi.

4. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

- a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 80 del Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i.;
- b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione.

5. L'Agenzia si riserva il diritto di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello *sponsor*;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
- c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di opportunità, pubblico interesse ovvero per contrasto con norme di legge o di regolamenti, anche interni.

#### ART. 3 - CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I contratti di sponsorizzazione possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo *sponsor*:

- a) somme di denaro;
- b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello *sponsor*.

2. In caso di operazioni permutative, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei lavori, dei beni o dei servizi acquisiti o effettuati dallo *sponsor*.

#### ART. 4 - PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene nella misura di almeno il 30% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante, per stati di avanzamento, durante l'esecuzione dello stesso. Il saldo deve avvenire entro il termine massimo di 30 giorni dalla conclusione dell'iniziativa.

2. Se richiesto dall'Agencia, lo *sponsor* è tenuto a prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole di cui all'art. 103 del Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i.

#### ART. 5 - ESCLUSIVA GENERALE E COMMERCIALE

1. L'Agencia può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse finanziarie o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.

2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:

a) ESCLUSIVA GENERALE: conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto, in veste di *sponsor* unico dell'Agencia, per un periodo determinato;

b) ESCLUSIVA COMMERCIALE: conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi *sponsor*, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o attività.

#### ART. 6 - PROCEDURA PER LA SCELTA DELLO SPONSOR

1. Per l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture, per importi superiori alla soglia di cui all'art.19 del Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i., si procede secondo la disciplina ivi stabilita.

2. Per l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture, di importo pari o inferiore alla soglia di cui all'art. 19 del Decreto legislativo 18 aprile 2016 n. 50 e s.m.i., si procede con affidamento diretto, ai sensi dell'art. 36, comma 2 lett. a) e s.m.i. del codice dei contratti pubblici anche mediante consultazione dell'albo dei fornitori dell'Agencia, ove costituito. Allorchè ne ricorrano le condizioni temporali, si procede previa pubblicazione di avviso sul sito web istituzionale dell'Agencia per un termine di dieci giorni.

3. Per l'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture, di importo pari o inferiore a cinquemila euro, si procede con affidamento diretto anche mediante consultazione dell'albo dei fornitori dell'Agencia, ove costituito.

4. Si procede all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, ai sensi dell'art. 36, comma 2 lett. a) e s.m.i. del codice dei contratti pubblici, nei seguenti ulteriori casi:

- quando è stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui al comma 1 del presente articolo;
- quando la particolare natura e le caratteristiche dell'evento o dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.

Nei suindicati casi, l'Agazia può procedere anche mediante consultazione dell'albo dei fornitori dell'Agazia, ove costituito.

5. L'avviso per la ricerca di sponsor contiene la sintetica indicazione dei seguenti elementi:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
- le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte;
- l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 7;
- l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento;
- la previsione a mente della quale lo sponsor si obbliga ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti alle attività di sponsorizzazione, alle autorizzazioni necessarie ed al pagamento di eventuali tributi o canoni.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e contenere, fra l'altro:

- le dichiarazioni richieste dall'avviso;
- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
- l'obbligo da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti alle attività di sponsorizzazione, alle autorizzazioni necessarie ed al pagamento di eventuali tributi o canoni.

7. Ove non si proceda con affidamento diretto ad un operatore economico, le offerte di sponsorizzazione sono valutate da apposita commissione, composta da almeno tre membri, di cui uno assume le funzioni di Presidente, scelti fra i dipendenti dell'Agazia ovvero, in ragione della specificità dell'oggetto della sponsorizzazione, tra i professionisti in possesso di adeguati titoli ed esperienze curriculari.

8. Gli esiti dell'istruttoria compiuta dalla commissione giudicatrice vengono trasmessi al Direttore Generale dell'Agazia per l'adozione degli atti consequenziali.

#### ART. 7- RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR

1. Nell'ipotesi in cui pervenga all'Agazia una proposta di sponsorizzazione, il dirigente dell'Area competente, valutata la sua rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, trasmettere la stessa, corredata da apposita relazione, al Direttore generale per le determinazioni del caso.

2. Nell'ipotesi si proceda previa pubblicazione di avviso, ai sensi del precedente art. 6, lo stesso deve prevedere, come importo minimo a base di selezione, quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dello stesso.

Terminata la procedura di selezione, nel caso in cui la proposta giudicata economicamente più vantaggiosa dall'Agenzia sia diversa da quella dell'originario promotore, a quest'ultimo è riservato, entro un termine massimo di sette giorni, il diritto di adeguare ad essa la propria proposta. In questo caso, il promotore originario potrà essere dichiarato aggiudicatario con diritto di prelazione alla sponsorizzazione.

3. Per le sponsorizzazioni di importo pari o inferiore alla soglia di cui all'art. 19 del Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i si procede mediante affidamento diretto ai sensi dell'art. 36, comma 2, lettera a) del codice dei contratti pubblici.

#### ART. 8 - QUALIFICAZIONE DELLO SPONSOR

1. Nell'ipotesi in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, l'affidamento è subordinato alla verifica del possesso in capo agli esecutori dei requisiti previsti dalla normativa nazionale e comunitaria in materia.

#### ART. 9 - CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. L'affidamento in favore dello sponsor viene regolato da apposito contratto scritto, contenente i seguenti elementi:

- l'oggetto e la durata del contratto;
- gli obblighi delle parti contraenti e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- i controlli sull'attività dello sponsor;
- la facoltà di recesso da parte dell'Agenzia;
- la risoluzione del contratto per inadempimento;
- le eventuali garanzie (*cauzione definitiva a garanzia dell'esatto adempimento delle prestazioni di cui al contratto; polizza assicurativa per la responsabilità civile nei confronti di terzi e prestatori di lavoro, etc.*) che lo sponsor deve prestare;
- la competenza del foro di Napoli in caso di controversie;
- la disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto va prevista la facoltà per l'Agenzia di recedere dallo stesso prima della scadenza, previa formale comunicazione allo *sponsor*, in uno alla clausola risolutiva espressa nell'ipotesi in cui lo *sponsor* rechi danno all'immagine dell'Agenzia, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

**ART. 10 - SPONSORIZZAZIONI ACCESSORIE A CONTRATTI D'APPALTO**

1. Nell'ambito delle procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, l'Agenzia può prevedere clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione costituisce elemento con peso fino ad un massimo del 20% della valutazione complessiva dell'offerta.

**ART. 11 - SPONSORIZZAZIONE DI INTERVENTI DI RESTAURO E MANUTENZIONE SU BENI SOTTOPOSTI A TUTELA PAESAGGISTICA, ARTISTICA, ARCHITETTONICA E CULTURALE.**

1. Nell'ipotesi di interventi di manutenzione e/o restauro di beni culturali e di beni paesaggistici, di cui all'art. 2 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 e s.m.i. il soggetto esecutore, anche se individuato dallo *sponsor*, deve essere qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento da eseguire secondo le disposizioni normative vigenti.
2. Le imprese esecutrici, anche se rivestono la qualità di *sponsor*, non possono cedere ad altri soggetti, in difetto di autorizzazione scritta dell'Agenzia, il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
3. L'Agenzia impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, direzione ed esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
4. I contratti di sponsorizzazione inerenti a beni sottoposti a tutela sono trasmessi al competente organo statale al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso, normativamente richiesti, allo scopo di accertare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto ed il decoro del bene.

**ART. 12 - AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR**

1. L'Agenzia può affidare il servizio di ricerca degli *sponsor* a soggetti esterni, da individuare secondo le procedure previste dal Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i..

**ART. 13 - ASPETTI CONTABILI E FISCALI**

1. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
2. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo *sponsor* dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.
3. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo *sponsor* (*operazioni permutative*), è fatto obbligo

di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello *sponsor* all'Agazia del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione dell'Agazia allo *sponsor* di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

#### ART. 14 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. L'Agazia si riserva la facoltà di esperire verifiche periodiche al fine di accertare eventuali difformità rispetto agli adempimenti contrattualmente convenuti nonché alle disposizioni del presente regolamento.
2. L'Agazia impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.
3. Eventuali difformità potranno essere causa di applicazione di penali o di risoluzione del contratto di sponsorizzazione, con conseguente incameramento della cauzione eventualmente prestata e richiesta di risarcimento danni.

#### ART. 15 - RINVIO

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento, si rinvia alle disposizioni del codice civile ed alla normativa, nazionale e comunitaria, vigente in materia.

#### ART. 16 - FORO COMPETENTE

1. Per qualsiasi controversia che dovesse insorgere sull'interpretazione del presente regolamento nonché per quelle relative alla fase procedurale di scelta dello *sponsor*, fino alla conclusione del contratto, l'Autorità competente è, in via esclusiva, il Tribunale Amministrativo Regionale per la Campania - sede di Napoli.
2. Per le controversie relative alla fase esecutiva del contratto è competente, in via esclusiva, il Tribunale di Napoli.

#### ART. 17 - ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo alla pubblicazione sul sito istituzionale dell'Agazia.

