

FONDAZIONE RAVELLO
REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

Indice

- Art. 1 – Oggetto e finalità.**
- Art. 2 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni.**
- Art. 3 – Oggetto delle sponsorizzazioni.**
- Art. 4 – Procedura di scelta dello sponsor o sponsorizzatore.**
- Art. 5 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale.**
- Art. 6 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive.**
- Art. 7 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni e garanzie.**
- Art. 8 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione.**
- Art. 9 – Aspetti contabili e fiscali.**
- Art. 10 – Controlli.**
- Art. 11 – Trattamento dei dati personali.**
- Art. 12 – Rinvio.**
- Art. 13 – Entrata in vigore.**

ART. 1 – OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dalla Fondazione Ravello, secondo quanto previsto dalle seguenti disposizioni:
 - art. 120 del codice dei beni culturali e del paesaggio di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004 n. 42;
 - artt. 19 (contratti di sponsorizzazione) e 151 (Sponsorizzazioni e forme speciali di partenariato) del Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 Codice dei contratti pubblici;
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un’opportunità innovativa di finanziamento delle attività della Fondazione Ravello, finalizzato alla realizzazione di economie e al miglioramento della qualità dei servizi culturali erogati alla collettività;
3. Nei procedimenti finalizzati alla stipula e all’esecuzione dei contratti di sponsorizzazione si osservano i principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità, sanciti dal Codice dei Contratti di cui al Decreto Legislativo 18 aprile 2016 n. 50.
4. Ai fini del presente Regolamento si intende:
 - a) per “contratto di sponsorizzazione” un contratto atipico a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor o sponsorizzatore) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell’altra parte (sponsee o sponsorizzato), la quale garantisce, nell’ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l’immagine, l’attività, prodotti o servizi dello sponsor, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto. L’obbligazione dello sponsee o sponsorizzato costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato; pertanto, essa è adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell’evento, iniziativa o progetto indicato nel contratto, indipendentemente dall’effettivo ritorno di immagine;
 - b) per “sponsor o sponsorizzatore” il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
 - c) per “sponsee o sponsorizzato” il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor o sponsorizzatore nell’ambito di propri eventi, iniziative o progetti;
 - d) per “spazio pubblicitario” lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor o sponsorizzatore.
5. Le iniziative di sponsorizzazione della Fondazione Ravello sono realizzate mediante la stipula di contratti di sponsorizzazione con soggetti privati (società di persone e/o di capitali, imprese individuali, operatori economici etc, associazioni, anche non riconosciute) senza fini di lucro e/o soggetti pubblici.

ART. 2 – INDIVIDUAZIONE, PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor o sponsorizzatori sono individuate e programmate dal Consiglio di Amministrazione della Fondazione nell’ambito delle “linee programmatiche” approvate dal Consiglio di Indirizzo.
2. Il Consiglio di Amministrazione formula indirizzi specifici agli uffici direttivi della Fondazione per l’attivazione di iniziative di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
3. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
4. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio della Fondazione Ravello.
5. Il Direttore Generale nell’ambito delle proprie competenze predispone i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adotta gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

ART. 3 – OGGETTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione della Fondazione Ravello.

2. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:
 - a) la fornitura di materiali/attrezzature;
 - b) la gestione di un'opera/area;
 - c) la realizzazione di un'opera o lavoro;
 - d) la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
 - e) un contributo in denaro.
3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
 - a) sponsorizzazione di eventi artistico culturali e/o di rilevanza sociale;
 - b) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dei luoghi gestiti e/o posseduti e/o detenuti dalla Fondazione Ravello (es. bacheche, sale congressi, sale riunioni, coperture con teli di opere e/o lavori);
 - c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione della Fondazione Ravello (a titolo esemplificativo carta intestata, buste, sito internet);
 - d) fornitura di beni, con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere, alla fornitura di arredi di spazi gestiti dalla Fondazione ed alla fornitura di gadget vari di pubblicizzazione della Fondazione;
 - e) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere finalizzate alle attività statutarie della Fondazione;
 - f) gestione di sportelli informativi, marketing e promozione territoriale;
 - g) attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione, assistenza agli uffici di staff e ufficio stampa, realizzazione di periodici;
 - h) recupero e valorizzazione delle aree verdi di spazi gestiti dalla Fondazione;
4. Il contratto di sponsorizzazione può avere, inoltre, ad oggetto:
 - a) il restauro di beni storici, architettonici e monumentali;
 - b) il recupero di opere d'arte e/o archivi storici;
 - c) interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale;
 - d) allestimenti ed eventi afferenti all'ambito dei beni culturali;
 - e) il restauro beni mobili tutelati;
 - f) la manutenzione e attività di conservazione dei beni culturali;
5. I contratti di sponsorizzazione inerenti ai beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti autorizzativi normativamente richiesti, in conformità di quanto disposto dall'articolo 120 (Sponsorizzazione di beni culturali) del codice dei beni culturali e del paesaggio di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004 n. 42 e dall'art. 151 (Sponsorizzazioni e forme speciali di partenariato) del Codice dei Contratti di cui al Decreto Legislativo 18 aprile 2016 n. 50.
6. Le procedure per la loro definizione sono disciplinate dal successivo articolo 4.

ART. 4 – PROCEDURA DI SCELTA DELLO SPONSOR O SPONSORIZZATORE

1. È possibile procedere con affidamento diretto nel rispetto della normativa vigente.
2. Il responsabile del procedimento valuta, di volta in volta, l'opportunità di effettuare una indagine di mercato al fine di verificare la congruità del contratto in termini di convenienza; l'eventuale analisi comparativa dei prezzi offerti sul mercato non costituisce in nessun modo vincolo per l'amministrazione procedente, salvo quanto disposto nel comma 4 e fermo restando l'obbligo di motivazione del provvedimento finale adottato.
3. Per i contratti di importo superiore alla soglia prevista dalla normativa vigente e per la quale è possibile con affidamento diretto, si procede attraverso la pubblicazione sul sito internet della Fondazione Ravello, per almeno dieci giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.
4. Nel caso previsto dal comma 2, l'avviso (pubblicato sul sito della Fondazione Ravello e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta più adeguate in relazione alla specifica procedura) contiene:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
 - i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
 - le modalità e il termine per la presentazione delle offerte;
 - l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - i criteri di valutazione delle offerte;
 - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'obbligo di conoscenza del regolamento delle sponsorizzazioni della Fondazione;
 - l'ufficio procedente e il responsabile del procedimento.
5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute, nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.
 6. Il criterio di selezione è preferibilmente quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa secondo parametri predefiniti nell'avviso. È facoltà della Fondazione Ravello, in relazione a singoli progetti, fissare criteri particolari di selezione.
 7. L'offerta è presentata, anche mediante posta elettronica certificata, in forma scritta e contiene, a pena di inammissibilità:
 - le dichiarazioni richieste dall'avviso;
 - l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
 - l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.
 8. Scaduto il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'articolo 80 del codice contratti di cui al Decreto Legislativo 18 aprile 2016 n. 50.
 9. Responsabile del procedimento è il Direttore Generale che ha facoltà di delegare altro dipendente assegnato alla propria unità organizzativa.
 10. Il Direttore Generale avvia il procedimento con l'adozione di una determinazione a contrattare la quale contiene un avviso con il quale si invita il soggetto alla stipula del contratto.

ART. 5 – SPONSORIZZAZIONE DI INTERVENTI DI RESTAURO E MANUTENZIONE SU BENI SOTTOPOSTI A TUTELA ARTISTICA, ARCHITETTONICA E CULTURALE

1. La procedura di cui all'articolo precedente si applica anche ai contratti di sponsorizzazione relativi a lavori, servizi e forniture nel settore dei beni culturali e ai contratti finalizzati al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura indicati nell'art. 101 (Istituti e luoghi della cultura) del codice dei beni culturali e ambientali di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004 n. 42.
2. L'amministrazione preposta alla tutela dei beni culturali impartisce prescrizioni su progettazione e esecuzione delle opere e/o forniture, direzione dei lavori e collaudo.
3. I contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del predetto codice sono soggetti, oltre che alle norme previste nel presente regolamento, all'osservanza del D.M. 9 dicembre 2012.
4. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor o sponsorizzatore, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato in relazione alla tipologia dell'intervento.
5. È fatto divieto alle imprese esecutrici che rivestano la qualità di sponsor o sponsorizzatore della Fondazione Ravello, incaricate della realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, di cedere a terzi il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto, a pena di risoluzione del rapporto.

ART. 6 – DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

1. Salvo quanto disposto dall'art. 21-decies della legge 7 agosto 1990 n. 241, introdotto dall'art. 12, comma 1, lett. i-bis) del Decreto Legge 16 luglio 2020 n. 76, convertito, con modificazioni, nella Legge 11 settembre 2020 n. 120, la

4/6

Fondazione Ravello si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione e di recedere 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 o alle proprie iniziative;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse e/o di inopportunità generale.
2. Sono vietate, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a) propaganda di natura politica, elettorale, sindacale, religiosa o filosofica;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
 3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
 - a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 80 del codice dei contratti, di cui al decreto legislativo 18 aprile 2016 n. 50 e di carattere speciale necessari in relazione all'oggetto della sponsorizzazione;
 - b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione.
 4. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsorizzatore, lo stesso, a pena di esclusione, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
 5. Per i lavori, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

ART. 7 – CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI E GARANZIE

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali la Fondazione Ravello è parte possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor o sponsorizzatore:
 - 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 come controvalore monetario del contratto, il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsorizzatore.
3. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, nella misura del trenta per cento, al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i quindici giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.
4. Se richiesto dalla Fondazione Ravello, lo sponsorizzatore deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, nel rispetto del codice dei contratti di cui al Decreto Legislativo 18 aprile 2016 n. 50.

ART. 8 – CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono indicati:
 - a) l'oggetto;
 - b) gli obblighi delle parti;
 - c) il valore del corrispettivo;
 - d) la durata;
 - e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - f) i controlli sull'attività dello sponsor;
 - g) la facoltà di recesso da parte della Fondazione Ravello;
 - h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - i) la competenza del foro di Salerno in caso di controversie;
 - j) la disciplina delle spese contrattuali.
2. Nel contratto sono previste la facoltà della Fondazione Ravello di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor, nonché la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno

all'immagine della Fondazione Ravello e/o si verifichi una delle ipotesi di cui all'art. 6, salvo il diritto al risarcimento del danno.

ART. 9 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono iscritti in bilancio nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile della Fondazione. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale in vigore al momento della conclusione del contratto.
3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor o sponsorizzatore dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti alle fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.
4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo sponsorizzatore (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ossia di fatturazione dello sponsorizzatore alla Fondazione Ravello del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione della Fondazione Ravello allo sponsor o sponsorizzatore di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

ART. 10 – CONTROLLI

1. L'ufficio precedente 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, sia per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

ART. 11 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del Regolamento UE 679/2016, nonché dal Codice in materia di protezione dei dati personali, approvato con decreto legislativo 10 agosto 2018 n. 101.
3. Titolare del trattamento dei dati è la Fondazione Ravello, in persona del suo legale rappresentante pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 12 – RINVIO

1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.

ART. 13 – ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla pubblicazione sul sito della Fondazione Ravello sezione avvisi previa delibera di approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione.
2. Sono abrogate le norme dei regolamenti e degli atti aventi natura regolamentare che comunque risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.