



Consiglio Regionale della Campania

Al Signor Presidente della Giunta
Regionale della Campania
Via S. Lucia, n. 81
N A P O L I

Al Presidente della I Commissione
Consiliare Permanente

Ai Consiglieri Regionali

U.D. Studi Legislativi e
Servizio Documentazione

S E D E

Oggetto: "Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni"
Delibera di Giunta Regionale n. 661 del 24 ottobre 2018
Reg. Gen. 607

Ad iniziativa della Giunta regionale Presidente Vincenzo De Luca
Pervenuto tramite PEC il 26 ottobre 2018 e protocollato in pari data

IL PRESIDENTE

VISTO l'articolo 56 dello Statuto

VISTI gli articoli 98 e 101, comma 3 del Regolamento interno

A S S E G N A

il provvedimento in oggetto a:

I Commissione Consiliare Permanente per l'esame

La stessa si esprimerà nei modi e termini previsti dal Regolamento

Napoli,

31 OTT. 2018

IL PRESIDENTE

Deliberazione N. **661**

Assessore

Presidente Vincenzo De Luca



DIR.GEN./ DIR. STAFF (*)		U.O.D. / Staff
DG	15	92

Regione Campania

GIUNTA REGIONALE

SEDUTA DEL **24/10/2018**

PROCESSO VERBALE

Oggetto :

Adozione Regolamento per la disciplina delle Sponsorizzazioni.

1)	Presidente	Vincenzo	DE LUCA	PRESIDENTE
2)	Vice Presidente	Fulvio	BONAVITACOLA	
3)	Assessore	Ettore	CINQUE	
4)	''	Bruno	DISCEPOLO	
5)	''	Valeria	FASCIONE	
6)	''	Lucia	FORTINI	
7)	''	Antonio	MARCHIELLO	
8)	''	Chiara	MARCIANI	
9)	''	Corrado	MATERA	
10)	''	Sonia	PALMERI	
11)	''	Franco	ROBERTI	ASSENTE
	Segretario	Mauro	FERRARA	

Alla stregua dell'istruttoria compiuta dalla Direzione Generale e delle risultanze e degli atti tutti richiamati nelle premesse che seguono, costituenti istruttoria a tutti gli effetti di legge, nonché dell'espressa dichiarazione di regolarità della stessa resa dal Direttore a mezzo di sottoscrizione della presente

LA GIUNTA REGIONALE

Su proposta dell'Assessore alle Politiche di Bilancio, Patrimonio e Demanio

VISTI

- lo Statuto della Regione Campania;
- la Legge Regionale 6 agosto 2010 n. 8 *"Norme per garantire l'efficienza e l'efficacia dell'organizzazione della Giunta Regionale e delle nomine di competenza del Consiglio regionale"*;
- la Legge regionale 5 dicembre 2017, n. 37. *"Principi e strumenti della programmazione ai fini dell'ordinamento contabile regionale"* e successive modificazioni;
- il Regolamento Regionale 29 ottobre 2011, e successive modificazioni, avente ad oggetto *"Ordinamento amministrativo della Giunta regionale"*;
- la Legge Regionale 29/12/17 n. 38 artt. 5 *"Norme sulle sponsorizzazioni"*;

VISTI ALTRESI'

- la Legge 27 dicembre 1997, n. 449 *"Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica"*, ed in particolare l'art.43 che disciplina i *"Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività"*;
- il Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, *"Codice dei beni culturali e del paesaggio"* ed, in particolare, gli artt. 5, 7 e 111 che disciplinano la valorizzazione del patrimonio culturale e la relativa competenza delle Regioni e l'art. 120 che definisce e norma le sponsorizzazioni sui beni culturali;
- il Decreto legge 31 maggio 2014, n. 83, *"Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo"* (convertito con modificazioni nella Legge n. 106 del 29 luglio 2014), in particolare l'art.1, che ha introdotto un credito d'imposta per favorire le erogazioni liberali a sostegno della cultura, il c.d. *"Art Bonus"*;
- la Circolare esplicativa dell'Agenzia delle Entrate n. 24, del 31 luglio 2014, e le modifiche approntate dalla Legge n. 208 del 28 dicembre 2015 *"Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato"*, cosiddetta Legge di Stabilità 2016, che hanno reso permanenti le agevolazioni in materia fiscale della precedente disposizione c.d. *"Art Bonus"*;
- il Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, con particolare riferimento all'art. 19 che disciplina i Contratti di sponsorizzazione ed all'art. 151, disciplina le sponsorizzazioni e forme speciali di partenariato;

PREMESSO che l'artt.5 della citata L.R n.38/2017, stabilisce che *"la Giunta regionale, entro 180 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge adotta un regolamento sulle sponsorizzazioni"*;

RAVVISATA la necessità, in attuazione di quanto previsto dall'attuale quadro normativo nazionale e regionale sopra delineato, di regolare in maniera compiuta le modalità e le tipologie di sponsorizzazioni dei beni mobili e immobili appartenenti al patrimonio della Regione Campania;

VISTA la proposta di Regolamento intitolato *"Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni"* redatto dalla Direzione regionale alle Risorse Stumentali;

SENTITO per gli aspetti di competenza l'ufficio legislativo giusta nota prot. 15979/UDCP/GAB/UL del 05/07/2018;

RITENUTO di dover approvare il Regolamento regionale recante *"Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni"*, predisposto in conformità a quanto stabilito dall'art. 5 della Legge Regionale 29

dicembre 2017, n. 38, composto da n. 14 articoli, il quale, allegato alla presente deliberazione, ne costituisce parte integrante e sostanziale;

DELIBERA

per le motivazioni riportate nelle premesse e che formano parte sostanziale ed integrante del presente deliberato:

1. di adottare l'allegato "*Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni*" parte sostanziale ed integrante del presente atto, finalizzato a regolare le modalità, le tipologie e le procedure per la stipula di contratti di sponsorizzazione dei beni mobili e immobili appartenenti al patrimonio regionale;
- 2 di trasmettere l'allegato regolamento al Consiglio Regionale ai sensi dell'art. 56 dello statuto regionale
3. di demandare a successivo provvedimento la individuazione dei beni e delle iniziative che potranno essere oggetto di sponsorizzazione
4. di demandare alle Direzioni Risorse Finanziarie e Risorse Strumentali la predisposizione degli atti conseguenti, dando atto che le risorse economiche derivanti dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione saranno introitate nel bilancio della regione tra le entrate extra-tributarie;

La presente Deliberazione non comporta oneri a carico del bilancio regionale.

La stessa verrà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione e sul sito web istituzionale www.regione.campania.it, nella sezione "Amministrazione trasparente" e in quella "Finanze, Tributi e Patrimonio.



GIUNTA REGIONALE DELLA CAMPANIA

DELIBERAZIONE n°	661	del	24/10/2018	DIR.GEN./DIR. STAFF (*)	DG 15	UOD/STAFF DIR.GEN.	92
------------------	-----	-----	------------	-------------------------	-------	--------------------	----

OGGETTO :

Adozione Regolamento per la disciplina delle Sponsorizzazioni.

QUADRO A	CODICE	COGNOME	MATRICOLA	FIRMA
PRESIDENTE - <input type="checkbox"/> ASSESSORE - <input type="checkbox"/>		<i>Presidente Vincenzo De Luca</i>		<i>02/08/2018</i>
DIRETTORE GENERALE / DIRIGENTE STAFF		<i>Dott. Uccello Silvio</i>		<i>31/07/2018</i>

VISTO DIRETTORE GENERALE ATTIVITA' ASSISTENZA GIUNTA	COGNOME	FIRMA	
DATA ADOZIONE	<i>24/10/2018</i>	INVIATO PER L'ESECUZIONE IN DATA	<i>25/10/2018</i>

AI SEGUENTI UFFICI:

- 40 . 1 : Gabinetto del Presidente**
- 40 . 2 : Ufficio Legislativo**
- 50 . 15 : Direzione Generale per le risorse strumentali**
- 50 . 15 : STAFF - Funzioni di supporto tecnico - amministrativo**

Dichiarazione di conformità della copia cartacea:

Il presente documento, ai sensi del T.U. dpr 445/2000 e successive modificazioni è copia conforme cartacea dei dati custoditi in banca dati della Regione Campania.

Firma

(*)

DG= Direzione Generale

US= Ufficio Speciale

SM= Struttura di Missione

UDCP= Uffici di Diretta Collaborazione con il Presidente

“Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni”

Art. 1 (Oggetto e finalità)

1. Il presente Regolamento, adottato in attuazione dell'articolo 5 della legge regionale 29 dicembre 2017, n. 38, disciplina le attività di sponsorizzazione organizzate e gestite dalla Regione Campania (di seguito, Regione) in ossequio alle disposizioni legislative contenute negli articoli 19 e 151 del decreto legislativo 18 aprile 2016 n. 50, nell'articolo 120 del decreto legislativo 22 gennaio 2004 n. 42 e nell'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997 n. 449.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività della Regione ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni da parte della Regione è consentito ove sussistano le seguenti condizioni:

a) l'assenza di profili di incompatibilità o di conflitto di interesse con lo sponsor oppure con la forma di sponsorizzazione proposta, con riferimento alla legislazione vigente oppure accertati dalla stessa Amministrazione nel corso dell'istruttoria della proposta;

b) l'osservanza, l'adeguatezza e la conformità della sponsorizzazione con le finalità pubbliche, le funzioni ed i compiti istituzionali della Regione e le politiche da questa perseguite.

4. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi per oggetto o finalità:

a) la propaganda di natura fanatica, politica, sindacale, religiosa;

b) i messaggi di natura razzista, discriminatoria, sessista, o comunque lesivi della dignità umana e dell'etica pubblica;

c) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;

ci) in generale i messaggi comportanti promozione o valorizzazione di comportamenti nocivi alla salute e al decoro pubblico;

5. Nel caso in cui le sponsorizzazioni afferiscano ai beni culturali o sottoposti a tutela in base alle normative di settore, l'attività di sponsorizzazione è effettuata con modalità e forme compatibili con la natura e le caratteristiche del bene tutelato, assicurandone il decoro e la fruizione.

6. Attraverso il Contratto di sponsorizzazione, di cui all'articolo 8, lo sponsor, di norma, persegue i seguenti scopi:

a) pubblicizzare il proprio nome, marchio, prodotto o servizio attraverso il bene patrimoniale o l'iniziativa oggetto di sponsorizzazione;

b) presentare o promuovere le proprie iniziative, attività, prodotti o servizi presso il bene patrimoniale o attraverso l'iniziativa sponsorizzata;

ART. 2 (Definizioni)

1. 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 le 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 o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti da l contratto; l'obbligazione dello sponsee 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;

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 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;

Art. 3 **(Forme di sponsorizzazione)**

1. Le modalità per mezzo delle quali la Regione acquisisce o riceve una sponsorizzazione si distinguono in:

- a) erogazioni di denaro da parte dello sponsor, da incassarsi su apposito capitolo di bilancio (c.d. sponsorizzazione economica);
- b) accollo da parte dello sponsor del debito assunto dalla Regione nei confronti di terzi (c.d. sponsorizzazione finanziaria);
- c) assunzione diretta da parte dello sponsor del pagamento dei corrispettivi dovuti dalla Regione nei confronti di terzi, o dello stesso sponsor, per l'esecuzione di lavori, servizi e forniture nell'ambito delle iniziative di valorizzazione oggetto di sponsorizzazione (c.d. sponsorizzazione monetaria);
- d) realizzazione diretta da parte dello sponsor di lavori, servizi e forniture ovvero conferimento di altre utilità a beneficio della Regione o di altri soggetti da questa individuati (c.d. sponsorizzazione tecnica);
- e) erogazione congiunta di due o più forme di sponsorizzazione fra quelle previste dai precedenti punti (c.d. sponsorizzazione mista).

2. E' ammessa l'acquisizione o il ricevimento di sponsorizzazioni nella forme di cui all'articolo 1 comma 1, congiuntamente alle forme di contributo, di cui al decreto legge 31 maggio 2014 n. 83 convertito con modificazioni nella legge 29 luglio 2014 n. 106.

3. La forma di sponsorizzazione prescelta deve essere chiaramente indicata e disciplinata nel Contratto di sponsorizzazione.

4. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta alla Regione, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dalla Regione stessa.

Art. 4 **(Requisiti degli sponsor)**

1. Possono effettuare attività di sponsorizzazione i soggetti giuridici di diritto privato che si trovino, ai sensi delle normative vigenti, nella condizione di poter contrattare con la Pubblica Amministrazione e per i quali non si applicano le cause di esclusione previste in materia di contratti pubblici dall'articolo 80 del d.lgs. n. 50/2016.

2. Per le sponsorizzazioni di cui all'articolo 3, comma 1, lettere d) ed e), i soggetti proponenti dovranno dimostrare il possesso dei requisiti di qualificazione per l'esecuzione dei lavori, forniture e servizi offerti come sponsorizzazione, ivi compresi quelli dei progettisti, nel rispetto della normativa in materia di contratti pubblici (articoli 83 ed 84 d.lgs. n. 50/2016) e dei principi e limiti europei in materia e con le modalità previste dal Contratto di sponsorizzazione.

3. Qualora le sponsorizzazioni di cui all'articolo 3, comma 1, lettere d) ed e), siano effettuate dallo sponsor con il ricorso o per mezzo di terzi esecutori o prestatori di servizi e forniture, i requisiti

di qualificazione, di cui al comma 2 del presente articolo, dovranno essere posseduti e comprovati dai medesimi esecutori.

4. La Direzione regionale competente in materia, in seno al Contratto di sponsorizzazione, impartisce opportune prescrizioni in ordine sia ai requisiti di qualificazione degli esecutori che in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture, alla direzione dei lavori ed al collaudo degli interventi oggetto del Contratto.

5. Non possono in ogni caso effettuare attività di sponsorizzazione i soggetti che erogano prestazioni per conto della Regione in regime di accreditamento e i soggetti che abbiano ricevuto contributi o finanziamenti da parte della Regione nel corso dell'anno o nei due anni antecedenti l'Avviso di cui al successivo articolo 5, comma 2.

Art. 5 (Scelta dello sponsor)

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

2. La Direzione regionale competente in materia, emana, salvo i casi disciplinati dal successivo articolo 7, un Avviso di manifestazione di interesse per la scelta dello sponsor.

3. L'Avviso di cui al comma 2 del presente articolo è pubblicato sul sito istituzionale della Regione nell'apposita sezione "Bandi di gara", nonché su altre piattaforme informatiche da questo individuate, per un periodo di 30 giorni.

4. L'Avviso di manifestazione di interesse contiene:

a) l'oggetto della sponsorizzazione: la descrizione degli immobili, delle iniziative o degli interventi per la cui valorizzazione, effettuazione o esecuzione la Regione intende avvalersi di sponsorizzazioni;

b) le caratteristiche di massima delle proposte di sponsorizzazione, con riferimento alle forme ed alla durata delle sponsorizzazioni ed alle categorie di opere, forniture e servizi sponsorizzabili;

c) i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;

d) le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 20 giorni;

e) le possibili modalità per veicolare o promuovere l'immagine, i prodotti o i servizi per mezzo della sponsorizzazione ed il livello di dettaglio del relativo progetto e/o della proposta;

f) i criteri di valutazione delle offerte;

g) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;

h) l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art.8;

i) l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento;

l) le clausole principali del Contratto di sponsorizzazione;

m) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;

5. Le proposte e/o i progetti di sponsorizzazione devono risultare coerenti con il corrispondente Avviso e con i principi indicati dal presente Regolamento. Dette proposte contengono:

a) una descrizione delle attività effettuate dal proponente e la relativa missione aziendale, le strategie di mercato adottate e le corrispondenti finalità della sponsorizzazione, un elenco delle attività di sponsorizzazione già effettuate; inoltre eventuali informazioni circa le iniziative di sostenibilità ambientale e responsabilità sociale sostenute o implementate dell'impresa;

b) la forma di sponsorizzazione prescelta fra quelle individuate dall'articolo 3 e, nelle sponsorizzazioni tecniche, la descrizione dei lavori, dei servizi o delle forniture proposti, corredata da eventuale documentazione tecnica o prestazionale;

c) le modalità prescelte per veicolare o promuovere l'immagine, i prodotti o i servizi per mezzo della sponsorizzazione;

- d) l'eventuale richiesta di esclusiva;
 - e) il cronoprogramma delle attività di sponsorizzazione;
 - f) l'obbligo di provvedere all'ottenimento di eventuali autorizzazioni e nulla osta per l'esecuzione di lavori, lo svolgimento di iniziative oppure per l'installazione di manufatti temporanei o permanenti atti a veicolare l'immagine o il prodotto dello sponsor;
 - g) l'impegno alla stipula di una polizza di garanzia, presso primaria compagnia assicurativa, a copertura di danni a persone e cose.
6. Qualora le proposte pervenute afferiscano a forme di sponsorizzazioni di cui all'articolo 3, comma 1, lettera d), da eseguirsi su beni patrimoniali sottoposti a tutela, queste dovranno effettuarsi secondo le indicazioni e le prescrizioni impartite dall'Amministrazione preposta alla tutela dei beni culturali.

Art. 6

(Selezione delle Proposte di sponsorizzazione)

1. Le proposte di sponsorizzazione pervenute con le modalità di cui all'articolo 5 sono valutate da una apposita Commissione tecnica, istituita con atto della Direzione Generale per le Risorse Strumentali e costituita da 5 (cinque) componenti di cui uno con funzioni di segretario. I componenti dovranno essere individuati nell'ambito delle DD.GG. Risorse Strumentali, Turismo, cultura e Spettacolo, Lavori Pubblici e Risorse Finanziarie. La partecipazione alla Commissione è a titolo gratuito e non comporta, in ogni caso, indennità aggiuntive o rimborsi spese.
2. La Commissione di cui al comma 1 esercita tutte le funzioni istruttorie, provvede alla scelta ovvero alla composizione delle sponsorizzazioni e ne verifica la compatibilità con il bene patrimoniale prescelto. La Commissione fornisce altresì alla Direzione competente in materia ogni indicazione o prescrizione necessaria alla stipula dei Contratti di sponsorizzazione, attuando, ove necessario, un confronto di natura negoziale con i potenziali sponsor.
3. La Commissione opera nel rispetto dei principi regolatori di cui al presente Regolamento e secondo le indicazioni desunte dall'eventuale Avviso di manifestazione di interesse, assicurando il rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse.
4. Nel corso delle attività istruttorie e di valutazione, la Commissione tiene conto dei seguenti aspetti:
 - a) le caratteristiche soggettive e reputazionali degli operatori proponenti e di eventuali terzi soggetti coinvolti o da coinvolgere nella sponsorizzazione in qualità di esecutori, sostenitori, partecipanti, la qualità e la quantità delle sponsorizzazioni già effettuate;
 - b) la qualità dei prodotti offerti e di servizi forniti, con particolare riferimento ai livelli di sostenibilità ambientale e sociale raggiunti dall'azienda;
 - c) le strategie commerciali adottate per la sponsorizzazione del bene e le modalità prescelte per veicolare o promuovere l'immagine, il prodotto o i servizi dell'operatore proponente e degli altri soggetti coinvolti;
 - d) il grado di compatibilità della proposta con il bene mobile o immobile e con le iniziative oggetto della sponsorizzazione con riferimento alla forma di sponsorizzazione proposta;
 - e) l'importo economico della sponsorizzazione ovvero degli interventi e delle iniziative proposte e la sua ricaduta in termini di valorizzazione, promozione e sviluppo del bene patrimoniale
5. Al termine del processo istruttorio e valutativo, la Commissione determina l'ammissibilità ovvero il diniego delle proposte presentate.
6. Qualora pervengano proposte di sponsorizzazione in via esclusiva o che comportino l'esclusione delle altre per incompatibilità tecniche o commerciali, la Commissione provvede a stilare una graduatoria di merito in base alla quale la Direzione competente in materia propone la stipula del contratto di sponsorizzazione alle condizioni più vantaggiose.
7. Le proposte di sponsorizzazione, ancorché ammissibili, non sono vincolanti per la Regione, che, a proprio insindacabile giudizio, si riserva di non procedere alla stipula del Contratto. In tal caso, l'operatore proponente non ha il diritto ad alcun compenso o indennizzo per la partecipazione alla procedura.

Art. 7
(Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor)

1. Al di fuori della procedura di cui all'articolo 5, i soggetti di cui all'art. 4 che intendano proporre spontaneamente la propria candidatura alla sottoscrizione di un Contratto di sponsorizzazione con la Regione, possono presentare direttamente una proposta di sponsorizzazione; in tal caso, l'istanza oltre alla documentazione di cui all'articolo 5 comma 5) dovrà contenere anche la documentazione di cui all'articolo 5 comma 4) lettere a) e e).
2. Nei procedimenti di sponsorizzazione attivati con le modalità di cui al comma precedente, si procede nel seguente modo:
 - a) per importi inferiori a 40.000,00 euro (IVA esclusa), la Direzione competente in materia, per tramite della Commissione di cui all'articolo 6 provvede a verificare i requisiti del proponente e la congruità della proposta con i principi dettati con il presente Regolamento e, in caso di esito favorevole delle verifiche, procede alla stipula del Contratto di sponsorizzazione, impartendo le necessarie indicazioni tecniche ed operative allo sponsor;
 - b) per importi superiori alla soglia di cui alla lettera a), la Direzione competente in materia, valutata la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento predispone apposito Avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente articolo 5, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore e a fronte del quale i soggetti di cui all'art.4 potranno presentare proprie proposte di sponsorizzazione alternative ovvero aggiuntive rispetto a quella presentata. Alla pubblicazione dell'Avviso segue l'espletamento della selezione.
3. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dalla Regione. Se il promotore si adegua, viene dichiarato aggiudicatario.
4. Trascorso il periodo di pubblicazione senza che nessun'altro soggetto abbia manifestato interesse per la sponsorizzazione, la Direzione competente in materia propone la stipula del Contratto di sponsorizzazione, con l'originario promotore, individuando le necessarie indicazioni tecniche ed operative allo sponsor.

Art. 8
(Contratto di sponsorizzazione)

1. L'aggiudicazione di un Contratto di sponsorizzazione è disposta con apposita determinazione della Direzione regionale competente in materia.
2. Con il Contratto di sponsorizzazione, i contraenti negoziano gli obiettivi e le modalità con cui si attua la sponsorizzazione, si svolgono le iniziative e si eseguono gli interventi previsti dalla Proposta di sponsorizzazione.
3. Il Contratto di sponsorizzazione regola inoltre i rapporti economici e giuridici fra le parti con riferimento ai seguenti aspetti:
 - a) gli obblighi assunti dallo sponsor e gli impegni assunti dalla Regione;
 - b) nel caso di sponsorizzazione tecnica o mista, le modalità per l'esecuzione dei lavori, l'erogazione di servizi, il conferimento di forniture o di altre utilità da parte dello sponsor;
 - c) l'importo e la durata della sponsorizzazione ovvero delle attività svolte dallo sponsor e l'imposta applicabile;
 - d) la forma della sponsorizzazione, le modalità di erogazione degli importi pattuiti ovvero dei corrispettivi per gli esecutori;
 - e) nel caso di sponsorizzazione tecnica o mista, i requisiti degli esecutori e degli incaricati della redazione dei progetti, della direzione dei lavori e dei collaudi;
 - f) la forma e gli importi delle garanzie assicurative da stipularsi nel caso di esecuzione di lavori, servizi o forniture nelle sponsorizzazioni tecniche o miste;
 - g) le penali poste in capo allo sponsor in caso di inadempienza;

- h) le modalità con cui la Regione esercita i controlli e la vigilanza sull'attività dello sponsor, dell'esecutore e degli altri soggetti coinvolti nell'attività di sponsorizzazione;
 - i) le clausole di rescissione per inadempimento o di recesso anticipato dalla sponsorizzazione;
 - l) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - m) la competenza del foro di Napoli in caso di controversie;
 - n) la disciplina delle spese contrattuali;
4. Nel contratto deve essere prevista la facoltà della Regione di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve essere inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine della Regione, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.
5. Il Contratto di sponsorizzazione è approvato e sottoscritto dal Direttore della Direzione regionale competente in materia.
6. I contratti di sponsorizzazione inerenti i beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Sovrintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti, per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico, storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 9
(Affidamento diretto)

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
- a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'articolo 7;
 - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
 - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa).
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte della Commissione di cui all'articolo 6 e del dirigente procedente.

Art. 10
(Esclusiva generale e commerciale)

1. La Regione può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
- a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di *sponsor* unico della Regione per un determinato periodo;
 - b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.
3. Ove la Regione intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

Art. 11
(Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto)

1. La Regione può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

Art. 12

(Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali)

1. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni di cui all'articolo 151 del d.lgs. 50/2016 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

Art. 13

(Rinvio)

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti regionali applicabili.

Art. 14

(Entrata in vigore)