

AVVISO PUBBLICO PER LA RICERCA DI SPONSOR PER L'EVENTO "NASTRI D'ARGENTO – GRANDI SERIE 2024"



Con il presente avviso la Fondazione Film Commission Regione Campania (di seguito FCRC) intende avviare un'indagine di mercato per l'individuazione di operatori economici soggetti disponibili a sponsorizzare, nel corrente anno la realizzazione dell'evento indicato in intestazione, mediante la stipula di un contratto di sponsorizzazione così come definito dall'Autorità di Vigilanza sui contratti pubblici con le deliberazioni n. 48 del 2008 e n. 9 dell'8 febbraio 2012, ai sensi e per gli effetti dell'art. 134 "Contratti gratuiti e forme speciali di partenariato" del D. Lgs. n. 36/2023.

ART. 1 – SOGGETTO PROMOTORE

1. La FCRC, di seguito denominata anche "Amministrazione", in qualità di soggetto responsabile della procedura di sponsorizzazione, assume il ruolo di "sponsee".

ART. 2 – OGGETTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le offerte di sponsorizzazione avranno ad oggetto l'evento descritto nella scheda evento (**allegato A**) che costituisce parte integrante e sostanziale del presente Avviso.
2. Il presente avviso, in nessun modo vincolante per l'Amministrazione, è da intendersi finalizzato alla ricezione di offerte di sponsorizzazione da parte di operatori potenzialmente interessati. Le offerte di sponsorizzazione pervenute all'Amministrazione per effetto del presente Avviso non sono quindi da considerarsi vincolanti per l'Amministrazione ai fini della formalizzazione del contratto.
3. Le ricerche di sponsorizzazione a cui si riferisce l'avviso, riguardando l'organizzazione di un evento per il quale è possibile ed anzi è opportuno il coinvolgimento di un alto numero di sponsor, anche in riferimento ai diversi segmenti di attività che afferiscono al singolo evento, non dovrebbero richiedere la necessità di svolgere una selezione fra le proposte presentare, fatto salvo quanto previsto dall'art. 9 del presente avviso.

ART. 3 – CARATTERISTICHE DELLE PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE – DIVIETI

1. Le offerte di sponsorizzazione potranno:
 - a) essere di natura finanziaria, cioè consistere in una erogazione economica;
 - b) essere di natura tecnica, cioè consistere in una fornitura diretta di servizi a carico dello sponsor;
 - c) coprire l'intera o anche soltanto una parte dei costi dell'iniziativa o di singole attività di cui si compone l'iniziativa come descritta nell'allegato A.
2. L'Amministrazione, per ragioni di razionalità dell'azione amministrativa, **si riserva di non prendere in esame e non considerare ammissibili proposte di sponsorizzazione di valore inferiore ad € 1.000,00.**
3. E' esclusa la possibilità di stipulare sponsorizzazioni aventi a oggetto forme di pubblicità vietate, anche indirettamente, dalla normativa vigente. L'Amministrazione si riserva, a proprio insindacabile giudizio, di non accettare proposte che, per la natura della

sponsorizzazione o per le attività dello sponsor, siano ritenute incompatibili con la sua attività istituzionale. L'Amministrazione si riserva altresì, a proprio insindacabile giudizio, di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione o collaborazione qualora: *a)* rilevi pregiudizio o danno all'immagine della Regione Campania o delle sue iniziative; *b)* riscontri riferimenti, contenuti o propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa; *c)* rappresenti pubblicità diretta o collegata alla produzione e/o distribuzione di tabacco, materiale pornografico o a sfondo sessuale e armi; *d)* la reputi inaccettabile per messaggi offensivi, lesivi contro la dignità umana o discriminatori contro la parità di genere, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia o motivi di inopportunità generale.

ART. 4 – DESTINATARI

1. L'Avviso è rivolto a soggetti pubblici o privati (persone fisiche o giuridiche), associazioni senza scopo di lucro o altri soggetti, in possesso dei requisiti di ordine generale ai sensi del Decreto Legislativo 36/2023 per contrarre con una Pubblica Amministrazione (artt. 94 – 98 D. Lgs 36/2023), che intendono promuovere la propria immagine attraverso la collaborazione con la Fondazione Film Commission Regione Campania, concorrendo alla realizzazione dell'evento. I soggetti potranno partecipare individualmente o nelle forme associate previste dal D. Lgs 36/2023.

ART. 5 – PROFILI ECONOMICO-GIURIDICI

1. I rapporti tra l'Amministrazione e lo sponsor, saranno disciplinati da apposito contratto di sponsorizzazione, che verrà stipulato all'esito della negoziazione con l'operatore economico selezionato.
2. Le obbligazioni assunte dall'Amministrazione saranno stabilite, anche sulla base della proposta presentata dallo sponsor, nell'ambito di quelle indicate dall'art. 6 del presente avviso.
3. Nel solo caso di sponsorizzazione tecnica, per l'esecuzione del contratto, lo sponsor contraente potrà richiedere di servirsi, previo assenso dell'Amministrazione, di prestazioni effettuate da altri soggetti giuridici (c.d. sub-sponsor), fermo restando che di ogni aspetto relativo al contratto di sponsorizzazione, risponderà in prima persona unicamente lo sponsor. Detti soggetti giuridici dovranno previamente rendere alla FCRC, al pari dello sponsor, le dichiarazioni circa il possesso dei requisiti necessari per contrattare con le Pubbliche Amministrazioni e saranno sottoposti, per quanto applicabili, agli stessi obblighi e adempimenti previsti dal presente Avviso. A beneficio degli stessi soggetti potranno essere garantite, a richiesta dello sponsor e previa autorizzazione dell'Amministrazione, controprestazioni in termini di visibilità nel rispetto di quanto disciplinato all'art. 6, purché detta visibilità non sia prevalente rispetto a quella garantita allo sponsor stesso.

ART. 6 – OBBLIGAZIONI DELLA FILM COMMISSION REGIONE CAMPANIA

1. **La FCRC si riserva di decidere quale controprestazione garantire al soggetto individuato come sponsor, tenendo conto dell'entità e della natura della sponsorizzazione offerta.** A titolo esemplificativo e non esaustivo, dette controprestazioni, che saranno dettagliatamente indicate nel contratto, potranno consistere in:
 - a. presenza del proprio marchio sui materiali ufficiali di comunicazione dell'evento: programma, manifesti, locandine, cartella stampa, carta intestata dei comunicati stampa, etc.;
 - b. presenza del proprio marchio sulla comunicazione promo-pubblicitaria prodotta in relazione all'evento (pubblicità sulla stampa, alla radio, in televisione, affissione statica e dinamica etc.);
 - c. partecipazione ai momenti salienti di presentazione dell'evento: conferenza stampa, evento inaugurale, ecc.;
 - d. diritto di associazione, per periodi determinati da concordare con la FCRC, dell'immagine dell'Azienda Sponsor a quella dell'evento sponsorizzato per proprie attività promo-pubblicitarie, che dovranno comunque essere concordate qualitativamente con l'Ente, e i cui costi saranno sostenuti direttamente dallo sponsor;
 - e. diritto a realizzare, secondo modalità da concordare con la FCRC, campagne di comunicazione a sostegno dell'evento sponsorizzato, valorizzando particolarmente il ruolo dello Sponsor;
 - f. diritto, nei limiti da concordare con la FCRC, a distribuire propri prodotti/materiali informativi al pubblico contattato nell'ambito dell'evento o presente ad iniziative a questo correlati, con la presenza di proprio personale presente negli spazi ove si tengono dette iniziative, eventualmente allestiti e personalizzati ad hoc;
 - g. diritto, per un periodo determinato da concordare con la FCRC e secondo limiti definiti dalla stessa, a realizzare e personalizzare oggettistica e merchandising a tema dell'evento sponsorizzato;
 - h. diritto, secondo limiti da definire con la FCRC, alla diffusione a clienti e pubblici selezionati di interesse dello Sponsor di documentazione inerente l'evento sponsorizzato;
 - i. diritto ad utilizzare, per periodi determinati da concordare con la FCRC, immagini e filmati dell'evento in relazione all'attività dello sponsor;
 - j. opportunità di distribuire, per un periodo determinato da concordare con la FCRC e secondo limiti definiti dalla stessa, materiali informativi dello Sponsor in punti informativi della FCRC;
2. Le controprestazioni di interesse saranno indicate dal candidato sponsor nell'ambito della presentazione dell'offerta secondo le modalità di cui al successivo art. **8**, per essere poi puntualizzate e specificate, laddove l'offerta stessa, previa valutazione di congruità di cui al successivo art. **9**, risulti definitivamente idonea, nella fase di stipula del contratto di sponsorizzazione.

3. Qualora le controprestazioni richieste per qualsiasi motivo non risultino attuabili, la FCRC potrà proporre controprestazioni alternative (anche diverse da quelle sopra elencate), il cui rifiuto importerà la mancata accettazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. Tutti i materiali di comunicazione che lo sponsor vorrà diffondere saranno realizzati a cura e spese del medesimo e la loro diffusione potrà aver luogo solo previa approvazione da parte della FCRC.
5. In ogni caso, laddove l'attività di promozione dell'immagine dello sponsor sia associata al marchio della FCRC, il marchio dello sponsor stesso dovrà essere chiaramente visibile, ma non predominante rispetto ai segni distintivi della FCRC.
6. Nel contratto di sponsorizzazione potrà essere pattuita la facoltà per la FCRC di impartire le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione in concreto, nonché alla direzione ed all'esecuzione del contratto.

ART 7 – OBBLIGAZIONI DELLO SPONSOR

1. La sponsorizzazione si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'IVA secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e successive modifiche ed integrazioni, nonché dei regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle Entrate in materia. In particolare, l'agenzia delle Entrate ha affermato, nella risoluzione 88/E dell'11 luglio 2005, che l'operazione di sponsorizzazione va assoggettata ad IVA con l'aliquota ordinaria, da applicare sulle somme versate dallo sponsor a fronte della prestazione di servizi dello "*sponsee*". Ciò in quanto la sponsorizzazione è stata qualificata come una «*forma atipica di pubblicità commerciale*», alla quale si deve di conseguenza riconoscere, in base all'articolo 4, comma 5, lettera i), del DPR 633 del 1972, carattere «*in ogni caso commerciale*», anche se la prestazione è resa da un ente pubblico o privato che non ha per oggetto esclusivo o principale l'esercizio di attività commerciali. Questa conclusione vale anche con riferimento alle sponsorizzazioni tecniche e a quelle "*miste*", che realizzano un'operazione permutativa in cui sia lo sponsor che lo "*sponsee*" sono tenuti alla fatturazione in relazione all'operazione attiva da ciascuno effettuata.
2. In caso di sponsorizzazione finanziaria, il soggetto selezionato come sponsor ha quale obbligo principale l'erogazione della somma offerta entro il termine fissato nel contratto. L'eventuale mancato integrale utilizzo da parte della FCRC della somma corrisposta per l'iniziativa rimarrà a disposizione dell'Amministrazione, senza che lo sponsor possa avanzare alcuna pretesa al riguardo. L'importo di ciascun contratto di sponsorizzazione sarà quello risultante dall'offerta dell'aggiudicatario, maggiorata dell'IVA di legge. La FCRC richiederà agli sponsor il pagamento degli importi dagli stessi dovuti, emettendo, contestualmente al versamento, fattura assoggettata ad IVA di legge. Nessun onere economico potrà essere ascritto alla FCRC motivo per cui allo sponsor verrà richiesto il versamento dell'IVA al 22% (o nella quota diversa eventualmente prevista dalla legge), sulla sponsorizzazione. Nei confronti di soggetti debitori dell'IVA in altro Stato dell'Unione Europea o di soggetti extracomunitari, la FCRC emetterà fattura senza IVA con la dicitura "*Operazione non soggetta ai sensi*

dell'art. 7-ter del DPR 633/1972', indicando sul documento la partita IVA della FCRC e quella dello sponsor.

3. In caso di sponsorizzazione tecnica, per la fornitura di servizi, con riferimento alla specificità di ogni singola attività, lo sponsor dovrà essere dotato di idonea copertura assicurativa ordinaria per la propria attività e predisporre, ove necessario, la progettazione del servizio, da sottoporre previamente all'Amministrazione, procedere all'acquisizione di eventuali nulla osta, permessi, autorizzazioni, realizzare il servizio con maestranze qualificate secondo la vigente normativa, fornire le certificazioni di avvenuta realizzazione a regola d'arte. In sede di presentazione dell'offerta e in quella di formalizzazione del rapporto, l'aspirante sponsor è tenuto ad indicare il proprio logo con il quale intende procedere alla sponsorizzazione, mettendo a disposizione dell'Amministrazione l'esatta e fedele riproduzione dello stesso nonché, ove richiesto, una illustrazione grafica delle sue modalità di utilizzo.
4. Le garanzie relative alla presenza del marchio e della visibilità, di cui all'art. 6, non sollevano lo sponsor dall'eventuale pagamento del canone relativo alle pubbliche affissioni o di quello relativo all'installazione di mezzi pubblicitari, nelle quote previste, qualora ne ricorrano i presupposti.
5. Rimangono, più in generale, a carico dello sponsor le spese relative al pagamento di imposte, tasse, canoni e corrispettivi previsti da leggi e/o regolamenti derivanti dall'esecuzione del contratto e dalla realizzazione delle attività sponsorizzate.

ART. 8 – TERMINI E MODALITA' DI PRESENTAZIONE DELLE MANIFESTAZIONI DI INTERESSE

1. Le proposte di sponsorizzazione, complete della documentazione richiesta di seguito dettagliata, dovranno pervenire via PEC all'indirizzo avvisi_frc@pec.it , **entro e non oltre le ore 12:00 del giorno 10 maggio 2024**. In mancanza di offerte idonee, l'Amministrazione si riserva in ogni caso la facoltà di valutare ed accogliere anche offerte pervenute oltre lo stesso termine, nonché di negoziare direttamente con potenziali sponsor.
2. La proposta dovrà recare nell'oggetto della PEC la dicitura: "**AVVISO PER RICERCA DI SPONSOR PER EVENTO NASTRI D'ARGENTO IV**". La proposta dovrà essere redatta utilizzando esclusivamente l'allegato MODULO PER PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA DI SPONSORIZZAZIONE (**allegato B**), che dovrà essere debitamente compilato, trasformato in .pdf ed essere poi sottoscritto con firma digitale dal legale rappresentante dell'offerente.
3. **Alla proposta andranno allegati:**
 - 1) documento di identità del l.r.p.t. dell'azienda in corso di validità;
 - 2) curriculum aziendale nonché sintetica descrizione dell'attività dell'azienda;
 - 3) descrizione e riproduzione del logo e illustrazione grafica delle sue modalità di utilizzo.
4. La proposta dovrà recare, in conformità alle disposizioni degli artt. 46-47 D.P.R. 28.12.2000, n. 445, i seguenti contenuti:

- a. dati generali identificativi dell'offerente richiesti nel MODULO PER DICHIARAZIONI E PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA DI SPONSORIZZAZIONE allegato;
 - b. sintetica descrizione dell'attività esercitata e Curriculum aziendale dello sponsor;
 - c. le modalità di sponsorizzazione:
 - i. se finanziaria, indicare l'entità (sia in cifre che in lettere) comprensiva di IVA, della somma che si intende erogare (qualora vi sia discordanza tra l'importo espresso in lettere e l'importo espresso in cifre, quest'ultimo prevarrà sul primo); la somma si intenderà destinata al finanziamento dell'evento e sarà utilizzata dall'Amministrazione in funzione delle concrete esigenze organizzative; l'eventuale mancato integrale utilizzo della somma corrisposta dallo sponsor rimarrà a disposizione dell'Amministrazione, senza che questi possa avanzare alcuna pretesa al riguardo;
 - ii. se tecnica, indicare la prestazione riferita alla/e attività sponsorizzate, ed il relativo valore economico complessivo con evidenziazione dell'IVA;
 - d. proposta di controprestazioni a carico della FCRC nel rispetto di quanto previsto dall'art. 6 (è possibile esplicitare anche eventuali richieste di visibilità per i c.d. sub-sponsor sotto la voce Altro);
 - e. descrizione del logo nonché una illustrazione grafica delle sue modalità di utilizzo;
 - f. dichiarazione, da parte del legale rappresentante:
 - 1) di possesso dei requisiti di ordine generale di cui al D. Lgs. n. 36/2023 e di assenza di cause ostative a contrarre con la Pubblica Amministrazione;
 - 2) di accettazione di tutte le clausole contenute nel presente Avviso,
 - 3) di impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti previsti dalla normativa vigente in materia di sponsorizzazione,
 - 4) di accettazione all'accostamento del proprio logo a qualsiasi ulteriore logo di altro sponsor deciso dall'Amministrazione;
5. Le offerte di sponsorizzazione sono da considerarsi vincolanti per lo sponsor ai fini della formalizzazione del contratto per un arco di 180 giorni dalla data di presentazione dell'offerta.

ART. 9 – VALUTAZIONE DELLE OFFERTE

1. Coerentemente con quanto stabilito **dall'art. 2, III° comma**, del presente Avviso, la valutazione delle proposte non integra di regola una procedura di comparazione selettiva delle stesse, ma riguarda esclusivamente i seguenti aspetti:
 - a. valutazione da parte dell'Amministrazione dell'ammissibilità e dell'idoneità della proposta in relazione alla sussistenza dei requisiti e delle caratteristiche della stessa

come previsti dal presente Avviso, nonché della sua pertinenza con l'attività sponsorizzata;

- b. valutazione da parte dell'Amministrazione della congruità del valore economico delle controprestazioni richieste dallo sponsor rispetto al valore economico della prestazione (tecnica o finanziaria) offerta dallo stesso.
2. Ai fini del giudizio di idoneità della proposta, l'Amministrazione può chiedere al proponente modifiche ed integrazioni della stessa oppure procedere alla ridefinizione delle controprestazioni a carico dell'Amministrazione. In mancanza di accordo in tal senso la proposta sarà considerata inadatta per mancanza di congruità economica.
3. Una volta accertata l'idoneità della proposta, si procederà alla stipula del contratto così come previsto dall'art. 6 del presente avviso.
4. Laddove dovesse verificarsi concorrenza o incompatibilità tra due o più proposte di sponsorizzazione, l'Amministrazione avvia una negoziazione diretta con i proponenti al fine di verificare la possibilità di far coesistere le proposte. Nel caso permanga la necessità di effettuare una selezione, la stessa sarà effettuata secondo il criterio del maggior valore economico della proposta di sponsorizzazione.
5. L'Amministrazione, nel caso vi sia un unico proponente ovvero qualora un proponente garantisca il finanziamento o la copertura dei costi di almeno l'80% dell'organizzazione dell'evento, si riserva la facoltà di conferire allo stesso la qualifica di *main sponsor*.
6. Nel contratto che verrà stipulato sarà stabilito il divieto di qualsiasi forma di cessione, anche parziale, del contratto di sponsorizzazione nonché la facoltà per la FCRC di revocare l'affidamento, senza che lo sponsor possa pretendere alcun risarcimento o indennizzo.
7. Qualora intervengano per qualsiasi motivo modifiche alla programmazione dell'evento oggetto di sponsorizzazione, le quali incidano sul contenuto del contratto di sponsorizzazione già stipulato, le parti rinegozieranno l'accordo senza che comunque lo sponsor possa pretendere alcun indennizzo o risarcimento.

ART. 10 – PENALE

1. In caso di ritardo nell'esecuzione della prestazione oggetto di sponsorizzazione, la FCRC si riserva di applicare una penale pari al 1% del valore della sponsorizzazione.
2. In caso di grave inadempimento, sarà facoltà della FCRC agire per la risoluzione del contratto ai sensi delle norme del codice civile.

ART. 11 – PUBBLICITÀ E INFORMAZIONI

1. Il presente avviso di indagine di mercato, unitamente agli allegati in esso richiamati (scheda di presentazione dell'evento e modello di manifestazione di interesse), viene pubblicato sul sito web della Fondazione FCRC (www.fcrc.it) nella sezione "*Amministrazione Trasparente*".

ART. 12 – RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO

1. Il Responsabile Unico del Procedimento è il Dott. Maurizio Gemma reperibile al seguente recapito e-mail: maurizio.gemma@fcrc.it.

ART. 13 – INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. Il titolare del trattamento dei dati è la Fondazione Film Commission Regione Campania. Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 (GDPR), i dati personali acquisiti saranno trattati dalla Fondazione esclusivamente per lo svolgimento della presente procedura e che gli stessi saranno conservati in archivio cartaceo ed informatico. Tali dati potranno essere comunicati alle amministrazioni pubbliche o persone giuridiche direttamente interessate. L'indicazione dei suddetti dati è obbligatoria ai fini della partecipazione al presente avviso. Nella qualità di interessato, il partecipante ha il diritto di cui all'art. 15 GDPR, nonché la possibilità di esercitare i propri diritti scrivendo a: maurizio.gemma@fcrs.it.

Napoli, lì 26/03/2024

*Il Direttore della FCRC e
Responsabile Unico del Procedimento
Dott. Maurizio Gemma*

Allegati:

- A. Scheda Evento;*
- B. Modello per presentazione offerta di sponsorizzazione.*