# REGOLAMENTO PER L'ATTIVAZIONE DI PARTNERSHIP DI SPONSORIZZAZIONE SPORTIVA FINALIZZATE ALLA PROMOZIONE DEL BRAND IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA

## Art. 1 – Finalità della sponsorizzazione

1. Il presente Regolamento disciplina i criteri, le modalità e le procedure per l'attivazione di partnership di sponsorizzazioni sportive da parte di PromoTurismoFVG finalizzate alla promozione del brand turistico e territoriale della Regione Friuli Venezia Giulia per la promozione, valorizzazione e diffusione dell'immagine del Friuli Venezia Giulia quale destinazione turistica, culturale e sportiva.
2. Le sponsorizzazioni sportive perseguono i seguenti obiettivi:
   a) incrementare la notorietà del brand della Regione Friuli Venezia Giulia, associando al soggetto sponsorizzato un'immagine identificativa abbinata ai valori del marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia";
   b) generare visibilità mediatica nazionale e internazionale;
   c) promuovere il territorio regionale come destinazione turistica, attraverso l'associazione con atleti, squadre e organizzazioni sportive di elevato profilo;
   d) favorire il ritorno d'immagine e il posizionamento competitivo della destinazione Friuli Venezia Giulia.

## Art. 2 – Modalità della sponsorizzazione e obblighi delle parti

1. Le sponsorizzazioni sportive oggetto del presente regolamento sono disciplinate da accordi contrattuali che prevedono l'investimento in denaro o in natura da parte di PromoTurismoFVG (di seguito Sponsor) per il finanziamento di una squadra, un singolo atleta o una federazione sportiva finalizzato alla promozione turistica del territorio regionale nell'interesse pubblico e con esclusione di qualsiasi forma di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.
2. Lo Sponsor concede un finanziamento che può consistere in:
   a) erogazione di denaro;
   b) fornitura di articoli di merchandising personalizzati con il marchio «Io sono Friuli Venezia Giulia» – o Brand Regione.
3. Il soggetto Sponsorizzato si obbliga ad associare a proprie attività il nome o il segno distintivo dello Sponsor e a valorizzare in ogni azione comunicativa il nome o il segno distintivo dello Sponsor e a titolo esemplificativo:
   a) esporre il marchio della Regione secondo quanto previsto dal contratto;
   b) utilizzare correttamente l'identità visiva fornita;
   c) partecipare alle attività promozionali richieste;
   d) fornire dati e report sull'attività svolta;
   e) collaborare alle attività di monitoraggio e verifica.

## Art. 3 - Soggetti ammissibili

1. Possono presentare domanda di sponsorizzazione:
   a) squadre e organizzazioni sportive:
      1) società professionistiche e dilettantistiche;
      2) federazioni sportive;
      3) leghe sportive;
   b) singoli atleti, anche paralimpici, di età minima pari a 16 anni compiuti (14 anni compiuti per i soli casi della Ginnastica Ritmica e Ginnastica artistica) di rilevanza nazionale o internazionale o giovani promesse che già partecipano a competizioni almeno nazionali in tutte le discipline del ranking riconosciute dal CONI.

## Art. 4 - Requisiti di ammissibilità

1. I soggetti di cui all'articolo 3 devono possedere almeno uno dei seguenti requisiti:
   a) sede legale o operativa in Friuli Venezia Giulia (per squadre e organizzazioni sportive);
   b) residenza o nascita in Friuli Venezia Giulia (per gli atleti);
   c) svolgimento prevalente dell'attività sportiva nel territorio regionale;
   d) comprovato collegamento con il territorio regionale (ad esempio praticare parte della propria attività sportiva preparazione, allenamenti in Regione).
2. Oltre ai requisiti di cui al comma 1 i soggetti che richiedono la sponsorizzazione, in considerazione della tipologia, devono possedere i seguenti ulteriori requisiti:

a) squadre:
   1) partecipazione a competizioni di livello nazionale o internazionale;
   2) assenza di cause di esclusione di natura amministrativa, penale o reputazionale
b) atleti:
   1) Olimpici/paralimpici, oppure in possesso di titoli nazionali o internazionali della categoria di riferimento (aver ottenuto negli ultimi due anni risultati di classifica fino al quinto posto se di livello nazionale o fino al decimo posto se a livello internazionale);
   2) assenza di cause di esclusione di natura amministrativa, penale o reputazionale;
c) federazioni sportive e leghe sportive:
   1) articolazioni regionali, associate al CONI o dal CIP.

**Art. 5 - Criteri di valutazione**

1. Le candidature ammissibili sono valutate mediante attribuzione di un punteggio massimo pari a 90 punti per le squadre e gli atleti e di 60 punti per federazioni e leghe sportive), come di seguito definito:
   a) per tutte le tipologie di soggetti, massimo 60 punti:

| CRITERIO | PESO | PUNTEGGI | |
|---|---|---|---|
| Coerenza con la strategia promozionale regionale (valutazione della capacità del soggetto di contribuire agli obiettivi promozionali della Regione). | 10 | 10 | eccellente |
| | | 9 | ottimo |
| | | 8 | molto buono |
| | | 8 | buono |
| | | 7 | discreto |
| | | 6 | sufficiente |
| | | 3 | scarso |
| | | 0 | nullo |
| Attivazioni territoriali e disponibilità a eventi (partecipazione a eventi regionali, produzione di contenuti dedicati, svolgimento attività di testimonial, collaborazione alle campagne promozionali). | 10 | 10 | eccellente |
| | | 9 | ottimo |
| | | 8 | molto buono |
| | | 8 | buono |
| | | 7 | discreto |
| | | 6 | sufficiente |
| | | 3 | scarso |
| | | 0 | nullo |
| Possibilità di esposizione del marchio IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA e relativa visibilità (quanto una squadra o un atleta sono disposti a garantire in termini di spazi di visibilità del marchio nei propri supporti, ad esempio: logo sulla maglia frontale, sulla manica, sul casco, ecc. Verranno valutati dimensioni e posizionamento del marchio nei materiali promozionali e informativi, grado di evidenza grafica riservato al marchio, rilievo, visibilità e modalità di esposizione del marchio nei diversi strumenti di comunicazione, con indicazione di collocazione, dimensioni e prominenza grafica, livello di visibilità garantito al marchio nei materiali di comunicazione fisici e digitali e durante gli eventi). | 20 | 20 | eccellente |
| | | 16 | ottimo |
| | | 12 | molto buono |
| | | 10 | buono |
| | | 8 | discreto |
| | | 6 | sufficiente |
| | | 3 | scarso |
| | | 0 | nullo |
| Capacità mediatica nazionale e internazionale di atleti e squadre intesa come valore della visibilità specifica dell'apposizione del marchio (capacità di assicurare visibilità al territorio regionale attraverso la propria notorietà e presenza mediatica a livello | 20 | 20 | eccellente |
| | | 16 | ottimo |
| | | 12 | molto buono |
| | | 10 | buono |

| | | |
|---|---|---|
| nazionale e internazionale, tenendo conto dei risultati sportivi conseguiti, della partecipazione a competizioni di rilievo, della copertura da parte dei media tradizionali e digitali, della presenza sui social network e della capacità di raggiungere un pubblico ampio e diversificato). | | 8 discreto<br>6 sufficiente<br>3 scarso<br>0 nullo |

b) per le squadre:

| CRITERIO | PESO | PUNTEGGI |
|---|---|---|
| Livello campionato. | 10 | 10 professionista<br>5 semi-professionista<br>0 non professionista |
| Ranking disciplina CONI (numero di tesserati a livello nazionale). Il punteggio è assegnato in base alla posizione della disciplina nella classifica di riferimento del CONI. | 10 | 10 A (da 1 a 10)<br>5 B (da 11 a 20)<br>0 C (oltre 20) |
| Numero di follower (flw) su istagram. | 10 | 10 oltre 20.000 flw<br>5 da 5.000 a 19.999 flw<br>0 meno di 5.000 flw |

c) per i singoli atleti

| CRITERIO | PESO | PUNTEGGI |
|---|---|---|
| Livello competizione. | 10 | 10 olimpici/paralimpico<br>5 internazionale<br>3 nazionale |
| Ranking disciplina CONI (numero di tesserati a livello nazionale). Il punteggio è assegnato in base alla posizione della disciplina nella classifica di riferimento del CONI. | 10 | 10 A (da 1 a 10)<br>5 B (da 11 a 20)<br>0 C (oltre 20) |
| Numero di follower (flw) su Instagram. | 10 | 10 oltre 10.000 flw<br>5 da 5.000 a 9.999 flw<br>0 meno di 5.000 flw |

**Art. 6 - Determinazione dell'investimento economico**

La valutazione di cui all'articolo 5 definisce l'importo massimo annuale del contratto di sponsorizzazione, come segue:

| Punteggio finale ai sensi dell'art. 5 | Fascia sponsorizzazione squadra | Fascia sponsorizzazione atleta |
|---|---|---|
| da 81 a 90 | fino a € 750.000 | fino a € 100.000 |
| da 71 a 80 | fino a € 500.000 | fino a € 50.000 |
| da 61 a 70 | fino a € 300.000 | fino a € 25.000 |
| da 51 a 60 | fino a € 150.000 | fino a € 10.000 |
| da 41 a 50 | fino a € 50.000 | fino a € 5.000 |
| Inferiore a 41 | non ammissibile | non ammissibile |

| Punteggio finale ai sensi dell'art. 5 | Fascia sponsorizzazione federazioni e leghe sportive |
|---|---|
| da 56 a 60 | fino a € 30.000 |
| da 51 a 55 | fino a € 20.000 |
| da 41 a 50 | fino a € 10.000 |
| Inferiore a 41 | non ammissibile |

1. Nell'ambito dei limiti di cui al comma 1 e dell'importo richiesto dal soggetto sponsorizzato, l'importo effettivo del contratto di sponsorizzazione è definito con decreto del Direttore Generale, tenendo conto del valore delle attività promozionali offerte, del ranking per disciplina (CONI) e della rilevanza mediatica della stessa, dei risultati sportivi e del grado di visibilità mediatica del soggetto che chiede la sponsorizzazione.
2. Per le squadre di calcio di Serie A o vincitrici di coppe nazionali o internazionali, nonché, per gli atleti vincitori di medaglie d'oro o coppe nazionali o internazionali, l'importo del contratto di sponsorizzazione può superare il limite di cui al comma 1, in considerazione delle iniziative di promozione del marchio, della visibilità ed esposizione dello stesso, nonché della capacità mediatica del soggetto sponsorizzato.
3. Nel caso della partecipazione del soggetto sponsorizzato a competizioni internazionali, quali olimpiadi o mondiali, possono essere previsti premi specifici nell'ambito del periodo di sponsorizzazione in relazione ai premi o piazzamenti ottenuti, con una variazione massima annuale del 50% calcolato sull'importo annuale del contratto.
4. I contratti di sponsorizzazione sono conclusi entro 90 giorni dall'approvazione della graduatoria, tenuto conto delle risorse disponibili nell'ambito del bilancio dell'ente. L'importo di cui al comma 1 è da considerarsi comprensivo dell'imposta sul valore aggiunto.

### Art. 7 - Discipline sportive ammissibili

1. Non è previsto un elenco chiuso di discipline sportive, pertanto, nell'ambito delle discipline coerenti con la strategia promozionale regionale, sono ammissibili quelle riconosciute:
   a) dal CONI;
   b) dal Comitato Italiano Paralimpico;
   c) dalle Federazioni Sportive Nazionali;
   d) dalle Discipline Sportive Associate.
2. La valutazione avviene mediante parametri oggettivi di ranking, risultati sportivi e visibilità mediatica indipendentemente dalla disciplina praticata.

### Art. 8 - Indicatori di risultato (KPI)

1. Il soggetto sponsorizzato deve trasmettere una relazione finale, corredata da documentazione fotografica, contenente almeno i seguenti indicatori:
   a) numero di apparizioni del marchio;
   b) audience raggiunta;
   c) media value generato;
   d) numero di contenuti social pubblicati;
   e) visualizzazioni ottenute;
   f) partecipazione a eventi promozionali;
   g) presenza del marchio in competizioni e manifestazioni.

### Art. 9 - Clausola etica e reputazionale

1. PromoTurismoFVG può sospendere, ridurre o revocare la sponsorizzazione qualora il beneficiario:
   a) sia coinvolto in accertati casi di doping;
   b) subisca squalifiche sportive di particolare gravità;
   c) sia destinatario di condanne passate in giudicato per reati incompatibili con l'immagine istituzionale;
   d) adotti comportamenti lesivi della reputazione della Regione;
   e) violi principi di correttezza, inclusione, legalità e fair play sportivo.

### Art. 10 - Durata

1. Le sponsorizzazioni hanno durata annuale.
2. PromoTurismoFVG può valutare la sottoscrizione di contratti di sponsorizzazione di durata pluriennale, fino a un massimo di tre anni, qualora ciò risulti funzionale al perseguimento degli obiettivi dell'iniziativa e alla valorizzazione dell'interesse pubblico sotteso. Le sponsorizzazioni pluriennali restano comunque subordinate a una verifica annuale del mantenimento dell'interesse pubblico, del rispetto degli obblighi contrattuali e dei risultati conseguiti, con facoltà per PromoTurismoFVG di confermare, modificare o interrompere il rapporto nei casi previsti dall'accordo.

Art. 11 - Procedura per la selezione e la stipula dei contratti di sponsorizzazione

1. PromoTurismoFVG pubblica apposito avviso. In considerazione delle risorse disponibili sul bilancio dell'Ente, possono essere emanati più avvisi durante ciascun anno.
2. Ciascun avviso oltre a stabilire i termini e le modalità per la presentazione delle istanze, definisce in coerenza con la strategia promozionale regionale, eventuali limiti rispetto alle discipline sportive ammissibili, nonché la stagione sportiva di riferimento.
3. Le domande si considerano prodotte in tempo utile se trasmesse entro il termine di cui all'avviso.
4. Le domande sono sottoscritte e presentate direttamente dal potenziale soggetto sponsorizzato, dal legale rappresentante della squadra o organizzatore sportiva o dal genitore/tutore dell'atleta minorenne. La domanda è redatta in conformità e con i contenuti dell'allegato 1 al presente Regolamento.
5. Le valutazioni di cui all'articolo 5 sono effettuate da una Commissione tecnica nominata con Decreto del Direttore Generale dell'Ente.
6. La graduatoria è redatta entro 90 giorni dal termine di scadenza per la presentazione delle domande definito con l'Avviso di cui al comma 1 ed è approvata con decreto del Direttore Generale, entro 90 giorni dalla scadenza del termine per la presentazione delle domande. In caso di parità di punteggio si applica il criterio cronologico di presentazione della domanda.
7. Nell'ambito dei criteri di cui all'articolo 6, la valutazione dell'investimento è definita dalla Commissione tecnica unitamente al Direttore Generale o persona da lui delegata.
8. L'assegnazione definitiva avviene nei limiti delle risorse disponibili a mezzo di contratto di sponsorizzazione.
9. Qualora l'importo superi l'importo di 150.000,00 euro, la stipula del contratto è subordinata alla verifica dell'insussistenza delle condizioni ostative previste dal decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 (Codice delle leggi antimafia e delle misure di prevenzione nonché nuove disposizioni in materia di documentazione antimafia, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 13 agosto 2010, n. 136), attestata dall'iscrizione del soggetto alla "white list" istituita con legge 190/2012 o tramite rilascio del relativo certificato da parte della Prefettura competente per territorio.

Art. 12 - Controlli e verifiche

1. PromoTurismoFVG può effettuare in qualunque momento controlli documentali, richiedere integrazioni, effettuare verifiche a campione o monitorare sulla corretta esposizione del marchio.

Art. 13 - Revoca e recupero delle somme

1. PromoTurismoFVG può valutare la revoca della sponsorizzazione e richiedere la restituzione totale o parziale delle somme eventualmente erogate nei seguenti casi:
   a) dichiarazioni non veritiere;
   b) mancato rispetto degli obblighi contrattuali;
   c) mancato raggiungimento dei requisiti essenziali;
   d) violazione delle clausole etiche e reputazionali di cui all'articolo 9.