



REGIONE CALABRIA



REPUBBLICA ITALIANA

**AVVISO PUBBLICO
INIZIATIVE CULTURALI
2018**



**LA PRIMAVERA
DEL CINEMA ITALIANO
PREMIO FEDERICO II**

COSENZA

AVVISO PUBBLICO PER RICERCA SPONSOR

ASSOCIAZIONE LE PLEIADI

Via Adige, 13 – 87100 Cosenza(ITALIA)
Telefono: 0984 25085 - Fax: 0984 21062
Mail: primavera.cinemaitaliano@gmail.com

Note introduttive e premesse

L'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**, a seguito della pubblicazione sul B.U.R.C. n. 45 del 02/05/2018, dell'Avviso pubblico per la selezione e il finanziamento di interventi per la valorizzazione del sistema dei beni culturali e per la qualificazione e il rafforzamento dell'attuale offerta culturale presente in Calabria annualità 2018" approvato con decreto n. 3911 del 26.04.2018

CON IL PRESENTE AVVISO PUBBLICO, INTENDE PROCEDERE ALLA RICERCA DI SPONSORIZZAZIONI PER LA CONCESSIONE DI SPAZI E/O LA REALIZZAZIONE DI ATTIVITÀ, INIZIATIVE, EVENTI, MANIFESTAZIONI VARIE, NELL'AMBITO DELL'ORGANIZZAZIONE DEL FESTIVAL CINEMATOGRAFICO A COSENZA, CHE SARÀ REALIZZATO NEL CORSO DEL 2018, NEI SETTORI DELLA CULTURA, DELLO SPETTACOLO, DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLE POLITICHE GIOVANILI SECONDO QUANTO PRECISATO in attuazione DGR n. 4489/2017 e della delibera CIPE n. 7/2017 – Obiettivo 6.7 del PAC 2014/2020- Approvazione Avviso pubblico per la selezione e il finanziamento di interventi per la valorizzazione del sistema dei beni culturale e per la qualificazione e il rafforzamento dell'attuale offerta culturale presente in Calabria - annualità 2018.

Pertanto visto quanto disposto:

- dall'articolo 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449 (*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*);
- dall'articolo 119 del Decreto Legislativo del 18 agosto 2000, n. 267 (*Contratti di sponsorizzazione, accordi di collaborazione e convenzioni*);
- dall'articolo 120 del Decreto Legislativo del 22 gennaio 2004, n. 42 (*Sponsorizzazione di beni culturali*);
- dall'articolo 26 del Decreto Legislativo del 12 aprile 2006, n. 163 (*Contratti di sponsorizzazione*);

con la finalità di migliorare i servizi prestati ai cittadini e di realizzare maggiori economie.

Finalità

I servizi e le forniture oggetto di sponsorizzazione consentiranno l'adeguata promozione del progetto da realizzare nella Città di Cosenza il "FESTIVAL CINEMATOGRAFICO LA PRIMAVERA DEL CINEMA ITALIANO", nonché l'efficace comunicazione e pubblicizzazione degli eventi e delle manifestazioni organizzate nell'ambito del progetto stesso, secondo le finalità istituzionali dell'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** in conformità al progetto da cofinanziare. In particolare, la campagna di promozione comprenderà tutte le iniziative di promozione e comunicazione rivolte al grande pubblico. L'obiettivo è anzitutto quello di creare e diffondere presso il pubblico una "immagine unica" del progetto di festival attraverso iniziative mirate che utilizzeranno tutti gli strumenti integrati della comunicazione. Gli obiettivi del piano di comunicazione saranno:

- valorizzare il territorio come entità complessa, con particolare riferimento alle sue risorse culturali, naturali e paesaggistiche, umane e di talenti, economiche e sociali;
- produrre identità e immagine, promuovere la vocazione del territorio, il suo posizionamento strategico e dunque la sua competitività, favorire processi di identificazione culturale con il territorio, producendo benefici diffusi nel sistema sociale e in quello economico-imprenditoriale;
- innescare processi virtuosi di collegamento tra i vari attori locali di filiere parallele al cinema, come quella dei beni culturali e paesaggistici, del turismo e della formazione.

Gli strumenti del Piano di Comunicazione per la visibilità degli sponsor

Realizzazione di programmi di divulgazione

Saranno realizzati programmi di divulgazione degli eventi cinematografici per dare origine ad uno scambio di saperi organizzato, attraverso seminari ed incontri da tenersi nella Città di Cosenza e, l'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** e gli sponsor di progetto, attraverso i propri referenti, saranno coinvolti in un processo di integrazione e confronto sui temi della sostenibilità e dei beni culturali e ambientali. Durante lo svolgimento degli eventi, saranno organizzate conferenze durante le quali i responsabili dell'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** e i curatori degli eventi si incontreranno per discutere di sostenibilità ambientale, patrimonio storico-culturale, arte, architettura e urbanistica con un pubblico composto da giovani, studenti, operatori pubblici e privati e da tutte le persone interessate.

Azioni innovative

Sono previste, coerentemente con le caratteristiche originali e innovative delle iniziative ulteriori azioni complementari a quelle sopra descritte, quale, ad esempio: realizzazione di un piano di promozione nazionale e interregionale che pubblicizzi e comunichi i contenuti e le caratteristiche degli eventi.

Le attività di promozione

La comunicazione del progetto seguirà due linee:

- **una comunicazione di carattere nazionale e internazionale** che promuoverà gli eventi, complessivamente inteso e determinerà le linee guida e di identità che l'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** e gli sponsor dovranno rispettare per garantire unitarietà e coerenza comunicativa ad ogni singola iniziativa;
- **una comunicazione di carattere regionale** che promuoverà lo sviluppo del progetto evidenziandone tutti gli sviluppi possibili, dai singoli eventi, alle attività ad essi collegate, dagli eventi pubblici previsti in ambito cittadino agli itinerari turistico-culturali individuati.

Nel rispetto delle scelte che l'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** vorrà intraprendere per comunicare e promuovere le iniziative che organizzerà, si ritiene utile qui indicare un format-base che prevede la produzione e la diffusione di alcuni strumenti di comunicazione essenziali. Saranno, inoltre, sviluppate azioni di promozione quali: coinvolgimento di associazioni, istituti scolastici, realtà culturali organizzate, organizzazioni di lavoratori e per il tempo libero, organizzazioni di categoria; attività di promozione didattica e formativa espressamente collegate direttamente o indirettamente allo svolgimento degli eventi; campagne promozionali e iniziative collegate ad altre azioni di comunicazione promosse dall'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** stessa.

Format di promozione di base previsto

Manifesto generale (mt. 6 x 3 e cm. 70 x 100) delle iniziative per affissione murale, che indichi la manifestazione. Il manifesto, il cui progetto grafico spetta all'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**, nelle sue diverse declinazioni, indicativamente riporterà:

- logo della Repubblica Italiana;
- logo della Regione;
- logo della Provincia di Cosenza;
- logo del Comune di Cosenza;
- logo dell'Associazione;
- logo degli Sponsor;
- logo dei Partner di progetto.

La quantità di manifesti varierà da città a città; dovrà comunque coprire per tutto il periodo l'affissione sui muri cittadini, ed essere presente all'interno di istituzioni culturali (dove sia possibile) in biblioteche, università, scuole per una maggiore diffusione dell'iniziativa, tenendone solo una piccola quantità per la vendita.

Manifesto di piccolo formato per affissione in interni (35 x 50 cm.), dedicato agli eventi e da distribuire nelle istituzioni e nei luoghi di ritrovo (bar, locali, teatri, ecc.).

Dépliant, a completamento dei supporti informativi, questo depliant avrà diffusione nei luoghi già elencati e in luoghi di ritrovo del Comune dove si svolge il Festival e nei Comuni della Provincia e possibilmente anche in ambito regionale. Il quantitativo potrà variare, per un'azione minima, 1.000 depliant, valutandolo in base alle disponibilità economiche e alle reali possibilità di diffusione dei materiali. Si auspica inoltre che vi sia la possibilità di esporre in ambito urbano **striscioni/gonfaloni** per indicare i luoghi destinati agli eventi, per ricordare ai cittadini e ai turisti l'attività in atto, nonché **banner** su mezzi di trasporto pubblico locali.

Format di produzione del catalogo

Per la fornitura, edizione e stampa del catalogo saranno richiesti:

1. tutti gli oneri progettuali, redazionali, tecnici, tipografici connessi a al catalogo che dovrà avere le seguenti principali caratteristiche:
 - formato: base cm. 24 X cm. 30 di altezza;
 - copertina in quadricromia cartoncino bpatinato 400 gr/mq;
 - n. 55-60 pagine interne carta patinata 150 gr/mq;
 - n. 5-10 pagine introduttive con testi istituzionali;
 - n. 90-100 fotocolor;
 - volume di circa 60-70 pagine.
2. tutti gli oneri relativi alla stampa e diffusione del catalogo, diritti compresi. Il catalogo dovrà avere una tiratura complessiva non inferiore alle 1.000 (mille) copie;
3. la cura dell'immagine coordinata per tutte le applicazioni nel catalogo.

Multimediale

- Creazione di un ufficio stampa curato direttamente dall'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** ed organicamente suddiviso a supporto dei vari aspetti degli eventi.
- Creazione di un sito internet dedicato in cui è possibile accedere ai servizi di prenotazione; apertura di finestre di collegamento da altri siti e dal sito istituzionale dell'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**.
- Possibilità di accedere a servizi webcam relativi ad eventi appositamente pensati allo scopo.
- Convenzione con emittenti Tv locali e/o satellitari per programmare finestre di approfondimento.
- Creazione di finestre informative in alcuni programmi culturali di qualità a diffusione nazionale.
- Apertura di un forum di discussione on line, che raccolga le principali linee espresse dalla critica, proponendo dibattiti, di concerto con l'ufficio stampa.

Integrazione:

- Convenzione con *tour operator* per la creazione di pacchetti di viaggio ed ospitalità durante il periodo delle manifestazioni (anche rivolti ad utenti stranieri);
- Convenzioni con associazioni, fondazioni e istituzioni e/o Soprintendenza, per diversificare ed ampliare l'offerta culturale, in coordinamento con la gestione delle manifestazioni, creando, di concerto con gli uffici del settore Turismo di Comune e Provincia, dei percorsi turistici programmati per integrare in un processo di sviluppo virtuoso del territorio.

1 - Soggetto promotore dell'iniziativa

L'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**, in qualità di soggetto responsabile della procedura di sponsorizzazione assume il ruolo di *sponsee*. *(Sul piano giuridico, la sponsorizzazione è un contratto atipico, a titolo oneroso, per mezzo del quale un soggetto (lo sponsor) si impegna ad assicurare un beneficio, in denaro o in natura, alla controparte (lo sponsee), la quale si impegna, nei confronti del primo, a promuoverne l'immagine, un marchio, un prodotto, attraverso una iniziativa, un evento o una manifestazione).*

2 - Caratteristiche ed elementi essenziali delle proposte di sponsorizzazione

Le domande di sponsorizzazione dovranno contenere le seguenti caratteristiche ed elementi essenziali:

A) potranno essere presentate domande di sponsorizzazione per la partecipazione dell'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** all'Avviso Pubblico;

B) le candidature possono riguardare sponsorizzazioni di natura finanziaria, ovvero di natura tecnica (erogazione diretta di servizi o fornitura di beni) ed è possibile presentare candidature che prevedano entrambe le forme (sponsorizzazione mista);

C) i candidati potranno:

- c.1) proporsi come "**sponsor esclusivo**", ovvero come unico sponsor, qualora sia garantita una quota di finanziamento superiore all'80% e fino al 100% del costo complessivo da cofinanziare (20% per il 2017); lo sponsor esclusivo, essendo l'unico sponsor, avrà la garanzia di poter usufruire in via esclusiva degli strumenti comunicativi previsti, e quindi di avere una visibilità comunicativa esclusiva all'interno del progetto sponsorizzato.

- c.2) proporsi come "**main sponsor**", ovvero come sponsor principale dell'iniziativa, qualora sia garantita una quota di finanziamento superiore al 50% e fino all'80% del costo complessivo da cofinanziare (20% per il 2017); il "main sponsor", pur non essendo l'unico sponsor, sarà lo sponsor predominante del progetto, ed in quanto tale avrà la garanzia:

- o di ottenere una più alta visibilità comunicativa rispetto agli altri sponsor dell'iniziativa (c.d. "sponsor minori");
- o di non avere, all'interno del progetto, altri sponsor appartenenti alla medesima categoria merceologica.

- c.3) proporsi come "**co-sponsor**", ovvero come semplice sponsor dell'iniziativa, qualora sia garantita una quota di finanziamento fino al 50% del costo complessivo da cofinanziare (20% per il 2017); il co-sponsor (al quale sarà comunque garantita una base minima di visibilità), potrà godere di una visibilità comunicativa commisurata all'impegno finanziario proposto.

D) in mancanza di proposte di "sponsor esclusivo" di cui al punto c.1), l'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** potrà quindi acconsentire la presenza di più sponsor con modalità e condizioni di cui ai punti c.2) e c.3).

3. L'apporto degli sponsor, da: *Linee guida per la ideazione, la progettazione, promozione e gestione di eventi culturali della Regione Calabria*

La sponsorizzazione è stato il primo modo in cui le organizzazioni sono entrate in contatto con il mondo degli eventi e costituiscono il cuore del cosiddetto event marketing, cioè dell'utilizzo dell'evento come strumento di promozione all'interno della propria strategia di marketing.

L'enorme espansione del settore degli eventi negli ultimi anni è dovuta, non solo ad un più marcato riconoscimento delle sue molteplici potenzialità comunicative, ma anche alla crescente predisposizione delle imprese ad investire in sponsorizzazioni, che porta quindi ad un aumento delle risorse disponibili per organizzare eventi di grandi dimensioni e di alto livello qualitativo. Si è quindi instaurato un circolo virtuoso: la produzione di eventi aumenta, perché aumentano le risorse disponibili provenienti dalle sponsorizzazioni e, allo stesso tempo, aumentano le sponsorizzazioni perché crescono il numero e la tipologia dei possibili eventi da sponsorizzare e quindi è più probabile trovare quello che più si adatta alle esigenze di ogni singola impresa.

Se inizialmente si trattava per lo più di forme di mecenatismo, molto spesso legate a interessi personali del vertice aziendale, oggi le sponsorizzazioni hanno mantenuto ben poco di questa filantropia iniziale e gli investimenti devono portare a dei risultati tangibili per l'azienda. La scelta degli eventi da sponsorizzare, perciò, è sempre più sostenuta da specifiche ricerche di mercato e da precisi obiettivi di marketing: le imprese non si domandano più cosa possono fare per la comunità, ma cosa la comunità che partecipa a quell'evento può fare per l'azienda.

Riuscire ad ottenere nuove sponsorizzazioni non è un compito facile, richiede un certo dispendio di tempo e denaro per fare ricerche e gestire i contatti. Per questo è sempre meglio lavorare in un'ottica di lungo periodo e stabilire rapporti duraturi, incentrati sulla fiducia e sulla collaborazione, in grado di apportare benefici reciproci, impossibili da ottenere agendo separatamente.

La conquista degli sponsor dipende in gran parte dall'abilità di negoziazione dell'event manager e dalla sua capacità di dare forza, spessore e credibilità alla propria richiesta, in modo che questa appaia appetibile agli occhi dei manager e compatibile con i loro obiettivi commerciali e i valori aziendali.

Bisognerà quindi procedere con un'indagine esplorativa volta a selezionare le aziende potenzialmente interessate all'evento che si sta organizzando, considerando in particolare tre variabili: la coerenza tra il tema dell'evento e l'attività dell'azienda, eventuali passate sponsorizzazioni dell'impresa in oggetto e quali sponsor hanno collaborato alla realizzazione di eventi dello stesso tipo in passato.

Il vantaggio principale delle sponsorizzazioni sta nel fatto che un evento permette di ottenere prima di tutto una risorsa molto scarsa nel mondo contemporaneo, cioè l'attenzione di un pubblico selezionato dalla natura stessa dell'evento, che partecipa in prima persona o attraverso i media. Pertanto un'informazione essenziale che l'event manager può sfruttare a suo vantaggio è quella relativa ai dati a disposizione circa i potenziali target dell'evento. La prima variabile che infatti le aziende prendono in considerazione nel decidere se sponsorizzare o meno è infatti costituita dalla coincidenza tra il proprio target di riferimento e quello dell'evento.

È anche per questo motivo che l'applicazione degli strumenti del marketing può risultare particolarmente utile: al fine di dare spessore e credibilità alla propria richiesta di sponsorizzazione, l'aver a disposizione dati significativi sui partecipanti, potenziali o delle edizioni precedenti, può realmente fare la differenza.

L'apporto che gli sponsor offrono agli eventi in realtà va ben oltre l'aspetto strettamente finanziario. Oltre a fornire ingenti somme di denaro, che risultano spesso determinanti nel migliorare la qualità dei servizi offerti durante la manifestazione, gli sponsor, infatti, spesso offrono un significativo supporto alla visibilità dell'evento, attraverso le campagne di comunicazione realizzate al fine di far conoscere la sponsorizzazione stessa. Inoltre contribuiscono in termini di risorse umane grazie alla presenza di personale specializzato durante lo svolgimento della manifestazione.

Infine, il guadagno in termini di immagine è reciproco, perché anche la percezione dell'evento può essere migliorata veicolando il supporto dato all'iniziativa da un'azienda di successo e di prestigio.

4 - Elementi dell'accordo di sponsorizzazione

I rapporti tra l'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**, quale sponsee, e gli sponsor, saranno disciplinati da separati contratti stipulati in base alla normativa vigente e finalizzati, per lo sponsee, ad ottenere risparmi di spesa, grazie all'acquisizione di qualificate risorse esterne (sponsor).

Altri elementi non previsti dallo schema tipo di contratto potranno essere comunque definiti di comune accordo tra sponsor e sponsee.

Rimangono a carico dello sponsor le spese relative al pagamento di imposte, tasse, canoni o corrispettivi comunque denominati previsti da leggi o regolamenti derivanti dall'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e dalla realizzazione delle attività, iniziative, eventi, manifestazioni ad esso connesse.

5 - Individuazione degli impegni generali dello sponsor

Ai soggetti individuati come sponsor, l'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** garantisce, in linea generale:

- associazione del logo/marchio/nome dello sponsor a tutti i materiali di comunicazione previsti (manifesti, opuscoli, inserzioni pubblicitarie su giornali ed emittenti radio e televisive, etc.);
- visibilità nelle conferenza stampa;
- possibilità, previo assenso dell'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**, di utilizzare lo status di sponsor nelle proprie campagne di comunicazione;
- possibilità di studiare ulteriori forme di controprestazioni collaterali ed esclusive (da concordare con l'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**).

6 - Requisiti dello sponsor

Per presentare domanda di sponsorizzazione, il candidato dovrà possedere i seguenti requisiti:

- coerenza con gli interessi pubblici;
- assenza di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata oggetto della sponsorizzazione o pubblicità;
- assenza di pregiudizio o danno all'immagine dell'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** o delle sue iniziative;
- assenza di contenzioso con l'**ASSOCIAZIONE**;
- inesistenza di situazioni pregiudizievoli o limitative della capacità contrattuale;
- comprovata esperienza nella progettazione e realizzazione di progetti simili per tipologia e materia (requisito previsto solamente per sponsorizzazioni tecniche);

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) la propaganda di natura politica, sindacale e/o religiosa;
- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione e/o distribuzione di tabacco, bevande alcoliche distillate, materiali di dubbia moralità;
- c) i messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia, o comunque lesive della dignità umana.

7 - Soggetti ai quali è rivolto l'avviso e configurazione delle proposte di sponsorizzazione

I soggetti ai quali è rivolto l'avviso a manifestare interesse sono enti pubblici o privati, imprese ed altri soggetti che intendono promuovere la propria immagine attraverso la collaborazione con l'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**, concorrendo nella realizzazione di attività, iniziative, eventi, manifestazioni nell'ambito del Festival Cinematografico.

Le proposte di sponsorizzazione devono essere redatte sull'apposita modulistica allegata al presente bando e devono contenere i seguenti elementi:

- a) dati del proponente;
- b) breve illustrazione dell'attività del proponente, della sua dimensione economica, delle sue politiche di marketing;
- c) modalità di sponsorizzazione:
 - se sponsorizzazione finanziaria: indicare l'entità del contributo che si intende erogare a sostegno delle attività, iniziative, eventi, manifestazioni;
 - se sponsorizzazione tecnica: indicare le modalità che, attraverso la prestazione di beni/servizi, permettono la realizzazione dell'iniziativa indicando, altresì, il valore economico complessivo dei beni/servizi resi;
 - se sponsorizzazione mista: indicare l'entità del contributo che si intende erogare a sostegno delle attività, iniziative, eventi, manifestazioni e le modalità che, attraverso la prestazione di beni/servizi, permettono la realizzazione dell'iniziativa indicando, altresì, il valore economico complessivo dei beni/servizi resi.

L'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** si riserva la facoltà di richiedere, sulla base di proprie specifiche esigenze, eventuali modifiche sui contenuti offerti, senza alcun vincolo per lo Sponsor.

8 - Esame delle proposte

Le offerte di sponsorizzazioni pervenute saranno valutate da una Commissione nominata dal Presidente dell'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**.

Nell'apposito format di domanda di cui all'allegato, il concorrente dovrà indicare il corrispettivo in denaro che intende offrire a titolo di sponsorizzazione (sponsorizzazione finanziaria), o il valore in euro della prestazione tecnica che intende fornire (sponsorizzazione tecnica), oppure entrambi (sponsorizzazione mista).

In ogni caso la scelta dello sponsor è subordinata alla verifica della capacità economico-finanziaria del concorrente.

Qualora ciò non provochi pregiudizio per i terzi, i soggetti partecipanti potranno essere invitati a formulare eventuali proposte correttive sia alla propria offerta, sia al grado di visibilità accordabile entro un congruo termine.

In ogni caso, le proposte di sponsorizzazione non sono da considerarsi vincolanti per lo sponsee ai fini della formalizzazione del contratto. In particolare, l'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**, a proprio insindacabile giudizio, si riserva di non accettare proposte che, per la natura della sponsorizzazione o per l'attività dello sponsor, siano ritenute incompatibili con il ruolo istituzionale dell'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI**.

Lo Sponsee, inoltre, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione non ritenuta coerente con le finalità dell'iniziativa considerata.

9 - Compatibilità tra i rapporti formalizzati con gli sponsor in base al presente avviso e i rapporti formalizzati con altri soggetti sulla base di proposte spontanee

Compatibilmente con le norme vigenti, lo sponsee si riserva la facoltà di recepire anche proposte spontanee di sponsorizzazione che dovessero pervenire al di fuori del presente avviso. In tal caso, tuttavia, l'evidenza pubblicitaria riconoscibile non inciderà sulla veicolazione di loghi/marchi/segni distintivi concordati sulla base della presente procedura.

10 - Modalità di presentazione delle proposte di sponsorizzazione

Le proposte di sponsorizzazione dovranno pervenire, con consegna a mano o a mezzo servizio postale a:

ASSOCIAZIONE LE PLEIADI

Via Adige, 13 - 87100 - Cosenza

entro i termini di cui al successivo punto 11, in plico chiuso e recante all'esterno:

- la dicitura:

"Selezione per ricerca sponsor

FESTIVAL CINEMATOGRAFICO PRIMAVERA DEL CINEMA ITALIANO"

- la denominazione e l'indirizzo del concorrente.

È esclusa qualsiasi altra modalità di presentazione.

Il mancato recapito del plico rimane ad esclusivo rischio del mittente. Tale busta dovrà contenere la seguente documentazione:

- Domanda di sponsorizzazione, indirizzata all'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** (redatta e firmata secondo il modello **Allegato n. 1**);

- Dichiarazione sostitutiva completa, resa ai sensi degli articoli 46 e 47 del D.P.R. n. 445/2000 e redatta utilizzando preferibilmente il modello **Allegato n. 2**, sottoscritta dal Legale Rappresentante del proponente, presentata unitamente a copia fotostatica, non autenticata, di un documento di identità in corso di validità del sottoscrittore, attestante il possesso di tutti i requisiti elencati nel predisposto modello **Allegato n. 2**.

In caso di mancanza o incompletezza dei documenti previsti, l'[ASSOCIAZIONE LE PLEIADI](#) potrà chiedere al soggetto proponente le integrazioni necessarie, che dovranno essere presentate entro un congruo termine stabilito nella richiesta di integrazioni.

11 - Termini di presentazione delle domande di sponsorizzazione

I termini di presentazione delle proposte di sponsorizzazione sono i seguenti:

Scadenza: ore 12.00 del giorno 3 Luglio 2017

FA FEDE LA DATA DI CONSEGNA A MANO O DI INVIO A MEZZO POSTA.

12 - Trattamento dei dati personali

Ai sensi del Decreto Legislativo n. 196/2003 i proponenti prestano il proprio consenso al trattamento dei dati personali all'esclusivo fine della gestione amministrativa e contabile.

Titolare del trattamento è l'[ASSOCIAZIONE LE PLEIADI](#)

Responsabile del trattamento dei dati è il dr. Giuseppe Citrigno:

Per ulteriori informazioni e chiarimenti
contattare: Dr. Federica Piraino, 349-8820197

Mail:

federicapiraino@gmail.com

primavera.cinemaitaliano@gmail.com

giuseppe.citrigno@libero.it

Il presente Bando è scaricabile dal Sito Internet: www.laprimaveradelcinemaitaliano.it

Ai fini del presente avviso si intende:

1. per contratto di sponsorizzazione, un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale l'[ASSOCIAZIONE LE PLEIADI](#) (Sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
2. per sponsorizzazione, ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
3. per sponsor, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'[ASSOCIAZIONE LE PLEIADI](#);
4. per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che l'[ASSOCIAZIONE LE PLEIADI](#) mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor;
5. per spese dirette oggetto di sponsorizzazione:
 - Consulenze specialistiche per servizi (progettazione degli eventi, direzione artistica, comunicazione e pubblicità degli eventi, staff della direzione artistica, monitoraggio e valutazione).
 - Cachet degli artisti, comprensivi degli oneri previdenziali e assistenziali calcolati sulle retribuzione o sui compensi corrisposti.
 - Spese di rappresentanza, viaggio e soggiorno degli artisti.
 - Compensi per i componenti di giurie di concorsi.
 - Noleggio, trasporto, allestimento e gestione di spazi, impianti e attrezzature.

- Produzione, stampa e diffusione di materiale per la promozione degli eventi (brochure, manifesti, pubblicazione sui giornali, spot radio-televisivi).
- Acquisizione di servizi (spese notarili, consulenza contabile-fiscale).
- Personale tecnico-amministrativo (stipendi e oneri previdenziali e contributivi calcolati sulle retribuzioni o sui compensi corrisposti per le sole giornate in cui tale personale è stato dedicato alle attività di realizzazione dell'evento finanziato).
- Acquisto di materiali di consumo (supporti informatici, cancelleria).
- Spese di rappresentanza, viaggio e soggiorno del personale tecnico-amministrativo.
- Assicurazioni.

Relativamente agli Allegati 1 e 2 si precisa:

- I moduli di cui agli Allegati 1 e 2 devono essere siglati in ogni pagina.
- È vietato modificare il testo delle dichiarazioni riportate negli Allegati 1 e 2.
- È possibile eventualmente integrare i moduli di cui agli Allegati 1 e 2 allegando dichiarazioni e/o documentazioni.
- Il modulo di cui all'**Allegato 2** dovrà essere presentato insieme all'offerta di sponsorizzazione di cui all'**Allegato 1**.
- L'**ASSOCIAZIONE LE PLEIADI** procederà a valutare, ai fini della selezione, quanto dichiarato.