

REGIONE CAMPANIA - Giunta Regionale - Seduta del 19 giugno 2006 - Deliberazione N. 820 - Area Generale di Coordinamento N. 9 - Rapporti con gli Organi Nazionali ed Internazionali in materia di Interesse Regionale - N. 13 - Sviluppo Attività Settore Terziario - **America's cup. Mascalzone Latino. Attività promozionale e di rafforzamento del marchio "Campania"**.

PREMESSO CHE

- la Giunta Regionale con la deliberazione n. 3337 del 12.07.2002, ha approvato le "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania" che fissano gli obiettivi di crescita dei flussi turistici in Campania, insieme con le attività di comunicazione e promozione necessarie per il riposizionamento competitivo del "prodotto Campania" sui mercati nazionali ed internazionali;

- in esecuzione della programmazione strategica di settore ed in coerenza con quanto previsto dalle "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania", nell'ambito dell'appalto concorso per la realizzazione e gestione della campagna di Direct e Trade Marketing per la promozione turistica della Regione Campania" è stato sviluppato un marchio per identificare e connotare il "Prodotto Campania" supportato da un payoff;

- nell'ambito dell'appalto sopra citato sono previste campagne di comunicazione, attualmente in corso di esecuzione, finalizzate alla promozione del prodotto "Campania" e alla valorizzazione dell'immagine turistica della Regione sia sui mercati italiani sia su quelli esteri;

- il programma prevede, in particolare, un complesso di azioni definite, misurabili e sinergiche per i principali mercati obiettivo (Italia, USA, Francia; Spagna, Germania, Gran Bretagna, Giappone, Russia), ciascuna di essa diretta a moltiplicare l'efficacia comunicativa dell'altra, all'interno di una precisa strategia differenziata per "progetto paese";

- con DGRC n. 361 del 17/03/06 è stato approvato il "Programma delle azioni di promozione e comunicazione turistica 2006" che ha individuato, tra l'altro, tra gli obiettivi prioritari la "Promozione turistica all'estero" da effettuare in concomitanza di grandi eventi "al fine di mettere insieme importanti eventi culturali, rappresentativi dei valori della Campania, momenti di commercializzazione, attività di comunicazione e iniziative di immagine da sfruttare come modelli di rappresentazione del territorio campano nel suo complesso, sia dal punto di vista delle risorse naturali e culturali che delle tradizioni e dello stile di vita.";

- la medesima DGRC n. 361 del 17/03/06 definisce il programma delle azioni di promozione turistica da avviare al fine di consolidare l'immagine turistica della Campania nei confronti dei tradizionali mercati della domanda regionale e a promuovere lo sviluppo dei bacini caratterizzati da un alto livello di spesa media pro-capite o contraddistinti da una sostenuta crescita dei flussi outgoing negli ultimi anni;

TENUTO CONTO CHE

- la Regione Campania, tra i suoi fini istituzionali, ha il compito promuovere l'immagine turistica sui mercati nazionali e internazionali, valorizzando le risorse e le caratteristiche dei diversi ambiti territoriali;

- l'accentuarsi della competizione tra Regioni, a seguito delle recenti riforme costituzionali, unitamente ai rapidi mutamenti del sistema economico internazionale, alla situazione di difficoltà del turismo in Europa e specialmente nelle regioni meridionali dell'Italia, impongono l'adozione di strategie di marketing innovative e l'adozione di strumenti di promozione sempre più mirati e integrati, in grado di veicolare l'immagine turistica attraverso canali commerciali ed eventi di rilevanza internazionale;

- il marchio relativo al "prodotto turistico Campania", ancora giovane e per questo poco conosciuto necessita di adeguate attività promozionali in grado di rafforzare gli effetti comunicativi ed evocativi dei valori turistici del territorio associabili al marchio stesso, nonché di consolidarne la conoscenza e rafforzarne la valenza identificativa;

- nell'ottica di una complessiva strategia di comunicazione e valorizzazione del "prodotto Campania" la Regione, alla luce del contesto sopra delineato, intende:

-1) consolidare il marchio che connota il prodotto turistico campano;

-2) rafforzare le attività volte alla promozione della propria immagine attraverso iniziative ed eventi di rilevante impatto sulla scena internazionale propedeutici all'avvio di operazioni di marketing e campagne pubblicitarie con cui promuovere azioni di valorizzazione dell'intero sistema regionale;

RILEVATO CHE:

- l'America's Cup è il più famoso trofeo nello sport della vela, nonché il più antico trofeo sportivo del mondo per cui si compete tuttora;

- per la prima volta dell'America's Cup in Europa, la città di Napoli, in considerazione del suo rilevante prestigio internazionale nel settore velico, è stata l'unica candidata italiana per l'organizzazione dell'America's Cup 2007, arrivando seconda dietro Valencia e precedendo città del calibro di Marsiglia e Lisbona;

- il comitato organizzatore, dopo la scelta di Valencia a scapito di Napoli come sede dell'America's Cup 2007, aveva offerto al capoluogo campano di organizzare i due Act in programma dal 29 settembre al 9 ottobre 2006 e che tale invito è stato declinato per ragioni organizzative;

- l'America's Cup ha un notevole richiamo mediatico, anche in considerazione della partecipazione di imbarcazioni di 10 nazioni (Svizzera, Stati Uniti, Italia, Sud Africa, Nuova Zelanda, Francia, Svezia, Spagna, Germania e Cina) con la previsione di oltre 300 milioni di spettatori europei, nonché la diffusione televisiva in mondovisione;

- l'evento in argomento, attesa la sua esposizione mediatica planetaria, rappresenta un'occasione unica per il rafforzamento della promozione sui mercati obiettivo e la penetrazione di nuovi mercati mondiali aggiuntivi a quelli oggetto del programma di azioni di marketing in corso, con una evidente ricaduta in termini di valorizzazione e di diffusione dell'immagine turistica della Campania;

ATTESO CHE

- Mascalzone Latino s.r.l., ha per oggetto l'organizzazione, la gestione, la promozione e lo sfruttamento commerciale di iniziative sportive ed ha pertanto presentato, per conto del Reale Yacht Club Canottieri Savoia di Napoli, la Sfida alla XXXII edizione dell'America's Cup, partecipando anche a tutte le manifestazioni introduttive e preparatorie della Sfida, incluse i "Louis Vuitton Acts" e le gare di selezione dei Challengers della Louis Vuitton Cup (la "Competizione");

- Mascalzone Latino, nella sua qualità di sfidante all'America's Cup 2007 ha ottenuto in licenza dall'America's Cup Properties Incorporation (ACPI), società di diritto USA, il diritto di sviluppare ed utilizzare uno o più Team Marks contenenti le parole "America's Cup" e la rappresentazione grafica della del trofeo ("Team Marks"), e di concedere in sub licenza i suddetti Team Marks;

- il Team Mark di Mascalzone Latino approvato da ACPI in data 6 giugno 2005 è "Mascalzone Latino Challenger 32nd America's Cup" con la rappresentazione grafica del trofeo";

- Mascalzone Latino detiene la piena titolarità del diritto di sfruttamento economico dell'immagine della barca e dei membri del team e dell'equipaggio, su espressa concessione degli interessati, in collegamento con la Sfida;

- in forza di preesistenti accordi con Capitalia il nome del Team dovrà essere utilizzato nella sua dicitura completa "Mascalzone Latino - Capitalia Team", in ogni forma di comunicazione, anche promozionale, sia scritta che verbale;

- Mascalzone Latino ha manifestato l'interesse, mediante la formalizzazione di una proposta contrattuale, in allegato alla presente, ad usufruire dell'apporto della Regione Campania e a nominare la stessa quale "Official Partner" della Sfida;

- allo scopo di rendere pubblico l'apporto dato dalla Regione, Mascalzone Latino ha manifestato, in particolare, l'intenzione di indicare la Regione quale "Official Partner" nei seguenti spazi apponendovi il simbolo marchio turistico della Regione Campania:

a) su entrambi i lati del boma per una superficie complessiva di cm quadrati 122 per lato e comunque pari almeno alla metà dell'intera superficie utilizzabile a fini pubblicitari dell'intero boma;

b) sulla coperta della barca nella zona di poppa, per una superficie di cm quadrati 125 per lato;

c) nella sezione dei siti internet www.mascalzonelatino.it e www.mascalzonelatino.com destinati agli Official Partner mediante la realizzazione di collegamento al sito della Regione;

d) nei comunicati stampa di Mascalzone Latino;

e) sugli appositi pannelli esposti in occasione delle conferenze stampa organizzate da Mascalzone Latino in posizione di visibilità televisiva;

f) nelle cartelle stampa che verranno distribuite in occasione delle conferenze stampa ed eventi organizzati da Mascalzone Latino in relazione alla Sfida;

g) all'esterno degli spazi della base operativa di Valencia appositamente destinati allo scopo da Mascalzone Latino nella complessiva misura del 5% della superficie disponibile, tenuto conto dei limiti previsti dai regolamenti della Competizione;

h) all'interno della base negli spazi appositamente destinati a tal scopo da Mascalzone Latino;

- nell'ambito di tale proposta, Mascalzone Latino intende concedere alla Regione il diritto di associare la dicitura "Official Partner of Mascalzone Latino - Capitalia Team" anche nella rappresentazione grafica ai propri simboli o dicitura a fini pubblicitari (fermo restando: 1) che la Regione prende atto che il nome del team è "Mascalzone Latino - Capitalia Team", e pertanto si impegna a riferirsi a tale nome completo, in ogni forma di comunicazione sia scritta che verbale; 2) che ogni uso pubblicitario da parte della Regione del Marchio Congiunto dovrà sempre essere accompagnato dal contestuale utilizzo della qualifica della Regione quale "Official Partner" di Mascalzone Latino - Capitalia Team; 3) le limitazioni previste dai regolamenti della Competizione e dalla disciplina del contratto di licenza dell'America's Cup Properties Incorporation (ACPI) società di diritto USA)

- Mascalzone Latino, ha offerto di impegnarsi, altresì, a fornire il supporto per il coordinamento ed i contatti del proprio ufficio Pubbliche Relazioni e comunicazione per l'organizzazione di eventi che la Regione vorrà effettuare restando a carico della Regione il costo degli eventi ivi realizzati;

- Mascalzone promuoverà ed organizzerà, in collaborazione con la Regione e con il Reale Yacht Club Canottieri Savoia di Napoli, corsi di vela destinati alle fasce sociali più deboli e quelle a rischio, volti a stimolare la cultura dello sport, dello spirito di squadra e del rispetto delle regole di una sana competizione;

- il costo dell'operazione promozionale offerta da Mascalzone Latino, del valore commerciale di euro 5.000.000,00 oltre IVA, è stata offerta ad un prezzo scontato del 50% ovvero di euro 2.500.000,00 in considerazione della veste istituzionale della Regione;

CONSIDERATO CHE

- eventi di tale natura rappresentano uno straordinario veicolo di promozione commerciale utilizzabile dalla Regione per convogliare l'attenzione di un vastissimo pubblico nazionale e internazionale e per la diffusione della propria immagine con lo scopo di incrementare il richiamo turistico del territorio rappresentato;

- la Regione Campania, per l'utilità che può trarre dall'investimento, ha interesse ad aderire alla proposta contrattuale formalizzata da Mascalzone Latino srl al fine di utilizzare la partecipazione di tale imbarcazione alla Competizione velica internazionale quale veicolo pubblicitario per promuovere la propria immagine e rafforzare la consapevolezza nel marchio;

- l'accordo con Mascalzone Latino, nel caso di specie, costituisce un utile strumento per consolidare il marchio turistico della Regione anche in virtù della possibilità di realizzare eventi collaterali negli spazi messi a disposizione da Mascalzone Latino;

- pertanto, l'associazione del marchio della Campania con quello di Mascalzone Latino consentirà:

1. di diffondere l'immagine della Regione direttamente tra il pubblico presente all'evento sportivo- e indirettamente tra il pubblico che seguirà l'America's Cup attraverso i media (doppia audience, diretta e indiretta);

2. di veicolare il marchio "Campania" nei confronti di tutti i paesi che partecipano alla competizione e di tutti quelli che riceveranno le immagini delle regate attraverso i vari network (l'evento sarà trasmesso via televisione nei seguenti paesi: Spagna, Uk, Irlanda, Francia, Monaco, Andorra, Svizzera, USA, Canada, Caraibi, Svezia Danimarca, Norvegia, Finlandia, Estonia, Lituania, Ungheria, Lettonia, Lituania, Germania, Nuova Zelanda, Sud Africa, Namibia, Zimbabwe; Grecia);

3. di rafforzare la promozione del prodotto Campania sul mercato spagnolo, mercato di riferimento per la promozione turistica;

ACCERTATO CHE

-con Deliberazione nr° 715/2003 e s.m.i. la Regione Campania ha dettato le disposizioni in merito all'utilizzazione delle somme derivanti dai rientri finanziari a disposizione dell'Ente per effetto della certificazione alla Commissione UE delle spese relative a progetti finanziati con risorse diverse da quelle destinate ed attribuiti agli interventi previsti dal POR Campania 2000 - 2006;

-con Deliberazione nr° 3332/2003 e s.m.i. la Regione Campania ha istituito, nell'ambito della funzione obiettivo 22.79, appositi capitoli sulle rinvenienze finanziarie del POR 2000 - 2006;

–il testo del QCS ob.1 approvato dalla CE con Decisione C(2004) 4689 prevede, al paragrafo 6.3.6, che la riallocazione delle rinvenienze avvenga a discrezione dell'AdG del POR, purché essa sia effettuata all'interno dello stesso Asse prioritario che ha generato i rimborsi;

–con Deliberazione nr° 1201/2005 la Regione Campania ha incaricato i coordinatori delle AA.GG.CC. interessate all'utilizzo dei predetti rientri finanziari rinvenienti, così come accertati dalle Autorità di pagamento e all'adozione dei relativi atti di impegno, previa acquisizione di una formale intesa con il Responsabile Tecnico del Dipartimento dell'Economia;

RILEVATO CHE

–con la richiamata Deliberazione nr° 1201/2005 la Regione Campania ha introdotto adattamenti e snellimenti procedurali per superare i nodi critici dello stato di programmazione del POR soprattutto a valere sulle Misure interessate alla programmazione integrata;

–con nota prot. 1026049 del 13 dicembre 2005 l'Autorità di Pagamento FESR ha accertato in euro 149.261.981,99 l'ammontare dei rientri finanziari, a valere sull'Asse IV linea FESR derivanti dalla certificazione alla Commissione UE delle spese relative a progetti finanziati con risorse diverse da quelle destinate ed attribuite agli interventi previsti dal POR Campania 2000 - 2006;

–con la succitata nota, l'Autorità di pagamento FESR ha individuato in euro 12.429.792,90 il totale delle rinvenienze rimborsate (quota UE-Stato) relative alla misura 4.6 , cap. 2203;

–con Deliberazione n. 252/2006 avente ad oggetto "Reiscrizione nella competenza del bilancio 2006, ai sensi dell'art. 29, comma 4 lettera d) della L.R. n. 7/2002, di economie di spesa correlate ad entrate con vincolo di destinazione, già accertate, relative alle rinvenienze finanziarie del POR Campania 2000-2006, e variazione compensativa in termini di cassa mediante prelevamento della somma occorrente da altra UPB" è stata prevista, tra l'altro, la reintegrazione della dotazione di cassa dell'UPB 22.79.217, cap. 2204, relativa ai rientri finanziari POR 2000/2006, Asse IV linea FESR, per un importo pari ad euro 10.757.585,25;

RITENUTO

–che, stante il carattere di unicità dell'iniziativa, sussistono le condizioni di eccezionalità e di opportunità che giustificano l'adesione alla proposta contrattuale formulata da Mascalzone Latino in allegato alla presente delibera;

–quindi, opportuno confermare l'interesse a procedere all'adesione alla proposta formulata da Mascalzone Latino srl per promuovere l'immagine della "Campania" attraverso gli eventi sportivi della XXXII edizione di America's Cup;

–coerente la predetta iniziativa alle finalità dell'Asse IV FESR-Turismo consentendone il finanziamento con l'utilizzo dei rientri finanziari derivanti dalla certificazione alla Commissione UE delle spese relative a progetti finanziati con risorse diverse da quelle destinate ed attribuite agli interventi previsti dal POR Campania 2000 - 2006 così come accertati dall'Autorità di Pagamento FESR,

VISTI

–la proposta formalizzata da Mascalzone Latino srl;

–il parere reso dall'Avvocatura Regionale trasmesso con prot. n. 2006.0530905 del 19/06/2006;

–l'intesa del Responsabile tecnico del Dipartimento dell'Economia sull'utilizzo dei rientri finanziari POR 2000 - 2006 realizzati relativamente agli interventi coerenti Asse IV Linea FESR ai sensi delle DGR nr° 1201/2005 e 252/2006 e s.m.i;

Per le motivazioni ed i riferimenti espressi in narrativa, che qui si intendono integralmente riportati

Propone e la Giunta in conformità a voto unanime

DELIBERA

–Di aderire alla proposta formalizzata da Mascalzone Latino srl, allegata e parte integrante del presente atto;

–Di dare mandato al Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo dell'AGC 13 a porre in essere tutti gli atti consequenziali ivi compresa la sottoscrizione del contratto;

–Di dare mandato al Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo dell'AGC 13 a procedere all'impegno dell'importo di euro 2.500.000 oltre IVA a valere sul capitolo 2204 dell'UPB 22.79.217;

–Di trasmettere il presente atto all'A.G.C. 09, all'A.G.C. 13, all'AGC 08 Bilancio Ragioneria e Tributi, all'AGC 08 Settore Entrate e Spese, al Settore Stampa, documentazione, informazione e Bollettino Ufficiale per la pubblicazione sul B.U.R.C. e per l'immissione sul sito della Regione Campania www.regione.campania.it.

Il Segretario
Brancati

Il Presidente
Bassolino

1.2 La Regione si impegna a versare a Mascalzone Latino la somma totale di € 2.500.000,00 (due milionocinquecentomila) nei seguenti termini:

€ alla firma della presente scrittura
€ al

1.3 L'apporto economico verrà garantito dalla Regione a fronte degli impegni di Mascalzone Latino e dei vantaggi promozionali, pubblicitari e di immagine che ne derivano alla Regione medesima.

2- OBBLIGHI DI MASCALZONE LATINO

2.1 - Allo scopo di rendere pubblico l'apporto dato dalla Regione, Mascalzone Latino si impegna ad indicare la Regione quale "Official Partner" nei seguenti spazi apponendovi il simbolo Regione Campania come riprodotto sub allegato D):

a) Su entrambe i lati del boma per una superficie complessiva di cm quadrati 122 per lato, così come raffigurato nell'allegato E) e comunque pari almeno alla metà dell'intera superficie utilizzabile a fini pubblicitari dell'intero boma;

b) sulla coperta della barca nella zona di poppa, una superficie di cm quadrati 125 per lato così come raffigurato nell'allegato E).

c) nella sezione del siti internet www.mascalzonelatino.it e www.mascalzonelatino.com destinati agli Official Partner: la Regione potrà realizzare il collegamento al proprio sito.

d) nei comunicati stampa di Mascalzone Latino;

e) sugli appositi pannelli esposti in occasione delle conferenze stampa organizzate da Mascalzone Latino in posizione di visibilità televisiva;

f) nelle cartelle stampa che verranno distribuite in occasione delle conferenze stampa ed eventi organizzati da Mascalzone Latino in relazione alla Sfida;

g) all'esterno degli spazi della base operativa di Valencia appositamente destinati allo scopo da Mascalzone Latino nella complessiva misura del 5% della superficie disponibile, tenuto conto dei limiti previsti dai regolamenti della Competizione;

h) all'interno della base negli spazi appositamente destinati a tal scopo da Mascalzone Latino;

i) Mascalzone si impegna ,altresì, a fornire il supporto per il coordinamento ed i contatti del proprio ufficio Pubbliche Relazioni e comunicazione per l'organizzazione di eventi che la Regione vorrà effettuare; rimane inteso che i costi degli eventi sono a carico della Regione, mentre i servizi di supporto dell'ufficio Pubbliche Relazioni e comunicazione di Mascalzone Latino sono compresi nel presente accordo di sponsorizzazione;

l) Mascalzone si impegna a promuovere ed organizzare, in collaborazione con la Regione e con il Reale Yacht Club Canottieri Savoia di Napoli, corsi di vela

destinati alle fasce sociali più deboli e quelle a rischio, volti a stimolare la cultura dello sport, dello spirito di squadra e del rispetto delle regole di una sana competizione.

2.2 - Mascalzone Latino apporrà negli spazi pubblicitari indicati nel presente art. 2.1 il simboli e/o la dicitura Regione Campania nella particolare grafica, così come riprodotta nell'allegato D).

3 - DIRITTI DELLA REGIONE

3.1 – Uso della Dicitura

3.1.1 - Per rendere pubblico l'apporto della Regione a favore di Mascalzone Latino nell'ambito della preparazione della Sfida, Mascalzone Latino concede alla Regione il diritto di associare la dicitura "*Official Partner of Mascalzone Latino - Capitalia Team*" anche nella rappresentazione grafica riprodotta sub allegato C), ai propri simboli o dicitura a fini pubblicitari.

Resta inteso che in ogni uso pubblicitario da parte della Regione, l'utilizzo del Marchio Congiunto dovrà sempre essere accompagnato dal contestuale utilizzo della qualifica della Regione quale "Official Partner" di Mascalzone Latino - Capitalia Team, e lo Regione dovrà attenersi agli obblighi di cui all'Articolo 4.

3.1.2 – La Regione prende atto che il nome del team è "Mascalzone Latino - Capitalia Team", e pertanto si impegna a riferirsi a tale nome completo, in ogni forma di comunicazione sia scritta che verbale.

3.2 – Uso delle immagini della Sfida di Mascalzone Latino

3.2.1 – La Regione prende atto che tutti i diritti di immagine della Competizione, appartengono all'ente organizzatore ACM, che ha regolato la materia nel *Protocol* e nel *Terms of Challenge*, come richiamato nel successivo Articolo 11. La Regione si impegna a riguardo a prendere conoscenza ed a rispettare, per quanto di propria competenza, le norme dettate dall'ente organizzatore e specificatamente gli Articoli da 17 a 20 del *Terms of Challenge*. Tali norme, tra l'altro, prevedono che: a) è permesso ai partecipanti alla Competizione ed ai loro Sponsor di utilizzare foto (*still images*) della propria barca e dell'equipaggio anche scattate durante le regate della Competizione; b) non si possono fotografare yacht e/o equipaggi, se di altri team concorrenti, nemmeno insieme al proprio yacht, salva la preventiva autorizzazione del concorrente a cui appartiene lo yacht o la squadra; c) sono ammesse riprese filmate delle attività proprie del concorrente presso la propria Base, (non nell'America's Cup Village), e nella Race Area, ma non durante le regate.

3.2.2 - Fermo quanto previsto sub 3.2.1, lo sfruttamento pubblicitario dell'immagine di Mascalzone Latino, potrà avvenire, da parte della Regione, su tutto il territorio mondiale, attraverso qualsivoglia metodo e sistema di diffusione a distanza attuale (a mezzo stampa, cartelloni pubblicitari, Internet, radio), incluso il mezzo televisivo (attraverso qualsivoglia strumento tecnico di comunicazione), restando inteso che per

l'utilizzo di quest'ultimo la Regione tramite la procedura di cui all'art. 4 dovrà preventivamente richiedere l'approvazione sia di Mascalzone Latino sia di Capitalia.

3.2.3 - Ai fini dell'acquisizione delle immagini di Mascalzone Latino, anche personalizzate e ad uso esclusivo della Regione, in qualsivoglia formato (video o fotografico), la Regione stessa sarà tenuta a rivolgersi esclusivamente a Mascalzone Latino che fornirà tali supporti a titolo gratuito se disponibili nel suo archivio.

3.2.4 – In ogni caso le immagini dell'equipaggio non potranno raffigurare meno di 3 componenti.

3.2.5 – I costi di progettazione e realizzazione della grafica del programma pubblicitario e/o di comunicazione, nonché i costi di divulgazione del messaggio pubblicitario e/o di comunicazione, inclusa l'eventuale personalizzazione ai sensi dell'art. 3.2.3, sono a carico della Regione.

3.3 – Altri diritti

3.3.1 - Sono altresì concessi allo Sponsor i seguenti diritti:

a) 4 (quattro) inviti per ogni fase o Atto della Competizione (viaggio ed alloggio esclusi), a tali ospiti verrà assicurato di assistere all'evento da una imbarcazione d'appoggio messa a disposizione da Mascalzone Latino;

b) La Regione ha diritto a designare una volta in un anno una persona per salire a bordo dello ACC yacht di Mascalzone Latino quale 18° durante una regata ufficiale ed una volta durante un allenamento; le date verranno concordata tra le Parti, tenendo conto degli impegni del team e degli obblighi assunti con altri sponsors.

c) La Regione potrà partecipare, nella sua qualità di "Official Partner", alle manifestazioni in cui interverrà la stampa.

d) Utilizzo di tre membri del team quali testimonial di campagne promo-pubblicitarie.

3.3.2 - I costi dei viaggi delle trasferte di dette persone, inclusi vitto, alloggio e spese varie, rimangono a carico della Regione.

4 - OBBLIGHI DELLA REGIONE

4.1 - Le Parti convengono che, anche in relazione agli obblighi assunti da Mascalzone Latino nella sua qualità di soggetto partecipante alla America's Cup 2007, e con gli altri sponsor o sub licenziatari, qualsivoglia iniziativa della Regione, e, in particolare, in tutte le campagne promozionali e/o pubblicitarie della Regione stessa, aventi ad oggetto, l'immagine di Mascalzone Latino e/o i segni distintivi o la Dicitura di cui agli Articoli 2 e 3, in ogni caso, forme e/o concetti e/o richiami riconducibili alla Sfida, ovvero all'America's Cup, potrà essere utilizzata e/o distribuita, e/o comunque resa pubblica, ai sensi del presente contratto, previa autorizzazione scritta di Mascalzone Latino. A tal fine, la Regione sarà tenuta a sottoporre a Mascalzone Latino il contenuto dell'iniziativa (in via esemplificativa, ma non esaustiva, il "demo" del messaggio pubblicitario o promozionale), avendo cura di comunicare contestualmente anche i mezzi di comunicazione (radio, stampa, internet, New media, ecc.) che si intendono utilizzare per la sua diffusione.

4.2 - Entro 10 (dieci) giorni dal ricevimento del contenuto dell'iniziativa, Mascalzone Latino provvederà ad autorizzare per iscritto la Regione alla diffusione dell'iniziativa, ovvero a negare l'autorizzazione qualora rilevi che la stessa non sia conforme alle disposizioni del Contratto e, in ogni caso, qualora l'iniziativa fosse inadeguata dal punto di vista della qualità tecnica della realizzazione e dei contenuti avendo cura di specificare i motivi del diniego. In tal caso, la Regione avrà la facoltà di riproporre una nuova iniziativa che tenga conto dei rilievi riportati da Mascalzone Latino sottoponendola a Mascalzone Latino per la nuova approvazione.

Le parti designano le seguenti persone quali contatto per tale procedura di autorizzazione:

Quanto a Mascalzone Latino:

Lara Ciribì

335.6894081 / laracir@mascalzonelatino.it e paolastropeni@mascalzonelatino.it

Quanto allo Sponsor:

5 – AUTONOMIA DELLA GESTIONE E COMUNICAZIONE DELLA SFIDA

5.1 - Rimane inteso che spettano a Mascalzone Latino nell'esercizio della sua piena autonomia e senza interferenza, la gestione tecnico-sportiva della Sfida e della comunicazione con i media ("la Gestione della Sfida"). La Gestione della Sfida comprende in via esemplificativa, ma non esaustiva, le seguenti attività: la scelta e la formazione del team nel suo complesso, l'organizzazione dell'attività sportiva in senso stretto (formazione equipaggio, allenamento dello stesso, programmazione dell'attività, ecc.); l'organizzazione dell'attività tecnico-scientifica (formazione del relativo team, ricerca tecnica scientifica in relazione alla progettazione delle imbarcazioni della classe ACC, alle strumentazioni, al software, allo svolgimento dei test, ecc.); la costruzione delle imbarcazioni, la gestione amministrativa ed economico-finanziaria della Sfida nel rispetto dei budget, il reperimento e la messa a disposizione con opportuni contratti delle attrezzature e degli impianti e infrastrutture necessari, la rappresentanza esterna nei rapporti contrattuali connessi con la Sfida e nei rapporti con l'ente organizzatore e di prendere e/o di assumere ogni decisione con riguardo ai rapporti con gli altri sfidanti, avanti agli organi, via via, competenti quali Jury, il Measurement Committee, e di svolgere ogni attività o adempimento affidato al Challenger ai sensi dei regolamenti, ivi compreso quello di esercitare il diritto di voto nelle assemblee o riunioni dei Challengers o nella Challenger Commission), la ricerca ed il reperimento di altri sponsor, la redazione e la diffusione di comunicati stampa e la generale strategia di comunicazione.

5.2 – Fermo quanto sopra, entro 30 (trenta) giorni dalla sottoscrizione del Contratto, Mascalzone Latino si impegna ad emettere un comunicato stampa al fine di rendere pubblica l'intervenuta conclusione del presente Contratto e del ruolo acquisito dalla Regione, quale "*Official Partner di Mascalzone Latino - Capitalia Team*".

5.3 – La Regione potrà trasmettere un comunicato, che in ogni caso dovrà essere approvato ai sensi dell'articolo 4, a tutti i soggetti cui la Regione riterrà necessario, ovvero opportuno, anche a fini meramente promozionali.

6 – MARCHI E SEGNI DISTINTIVI DI MASCALZONE LATINO E DI TERZI

6.1 – La Regione prende atto che appartengono in via esclusiva a Mascalzone Latino il Marchio “Mascalzone Latino”, e che Mascalzone Latino è licenziataria del marchio “Capitalia”, come parte del marchio congiunto “Mascalzone Latino – Capitalia”, e dei segni distintivi America’s Cup. Appartengono inoltre a Mascalzone Latino tutti i diritti di sfruttamento economico relativi alla Sfida, ivi comprese le immagini filmate e/o fotografate, entro i limiti previsti dai regolamenti della Competizione.

6.2 - Pertanto, fermi i diritti concessi agli Sponsor, ai sensi del presente contratto, in nessun caso la Regione potrà utilizzare marchi di Mascalzone Latino, o comunque altri segni distintivi di terzi, o immagini della Sfida, da chiunque realizzate, da soli o in associazioni ai marchi e/o segni distintivi della Regione o di terzi.

6.3 – Alla cessazione del presente contratto, per qualsiasi causa intervenuta, la Regione dovrà immediatamente cessare l'uso dei Marchi, nonché cessare l'uso della Dicitura e delle immagini della Sfida ed eliminare ogni e qualsiasi riferimento ad essi da ogni materiale e non potrà dare in alcun modo far uso della qualifica "ex fornitore", o simili, così rinunciando definitivamente alla qualifica in precedenza ottenuta, fatto salvo il diritto di menzionare il dato storico della qualifica posseduta nella propria comunicazione aziendale purché con modalità non ingannevoli.

6.4 – La Regione dovrà, altresì, eliminare ogni riferimento ai Marchi, alla Dicitura e alle immagini della Sfida. La Regione dovrà pertanto restituire e/o distruggere tutti i bozzetti, disegni, modelli, schemi grafici, ecc. inerenti a detta utilizzazione dei Marchi, della Dicitura e delle immagini della Sfida, fatto salvo tutto il materiale già stampato e giacente in magazzino che la Regione potrà utilizzare entro 6 mesi successivi alla scadenza del contratto, e comunque non oltre il 31 dicembre 2007.

7 - REGOLE DELLA COMPETIZIONE

7.1 – La Regione si impegna a prendere conoscenza, in particolare, del *Terms of Challenge* e del *Protocol della XXXII America’s Cup*, e di rispettarli, per quanto di competenza.

7.2 – La Regione dichiara, in particolare, di conoscere gli Articoli 17,18, 19 e 20 del *Terms of Challenge*, e gli articoli 10.3 e 17.5 del *Protocol*.

7.3 - Nessun inadempimento potrà essere addebitato a Mascalzone Latino nelle ipotesi in cui i suddetti regolamenti entrati in vigore successivamente alla stipulazione del presente accordo, dovessero imporre modifiche in materia di sponsorizzazioni o pubblicità, per dimensioni e collocazione degli spazi pubblicitari riservati da Mascalzone Latino alla Regione.

8 - AMERICA'S CUP MARKS

8.1 – La Regione prende atto che il nome "America's Cup" appartiene all'"America's Cup Property Inc." (ACPI), di diritto USA, detenuta in trust dal difensore della coppa e che, pertanto, l'utilizzazione di detto nome in funzione di marchio è soggetta ad espressa autorizzazione e licenza da parte di detta società, e tale licenza è soggetta a rigorosi

termini e condizioni, che la Regione si impegna a rispettare per quanto di sua competenza.

8.2 – Pertanto, la Regione si impegna, fin d'ora, a rispettare tutte le disposizioni che riguardano il *sub licensor* di cui al contratto allegato sub B), ed in particolare le clausole: "2. Grant of Licence; 3. Term; 4. Development and use of the Team Mark; 5 Right to grant sub-licences; Schedule 3: Excluded Merchandise, Services and Advertising and Promotion Material".

9 - DURATA

10.1 - Il presente contratto avrà durata a decorrere dalla sua sottoscrizione fino al completamento effettivo della Competizione che secondo il programma ufficiale attuale si concluderà non oltre il 30 giugno 2007.

10 - DIRITTO DI PRELAZIONE

10.1 - In caso di vittoria, ovvero, di nuova candidatura di Mascalzone Latino alla Sfida successiva, e sempre che Mascalzone Latino non abbia revocato la qualifica di "Official Partner" alla Regione nel corso del presente accordo, o che lo stesso non sia stato comunque risolto, viene attribuito, sin da ora, alla Regione un diritto di prelazione nell'aderire all'accordo che Mascalzone Latino dovesse decidere di proporre ad eventuali altri soggetti.

La Regione potrà esercitare il diritto di prelazione secondo la seguente procedura: in caso Mascalzone Latino riceva un'offerta per una sponsorizzazione da parte di un terzo, farà pervenire alla Regione una copia del documento con cui il terzo ha formalizzato la propria offerta ed in cui dovranno essere indicati i termini della stessa incluso il nominativo del terzo offerente; tale offerta inviata alla Regione costituirà offerta irrevocabile a favore della Regione stessa che, entro 30 (trenta giorni) dal ricevimento della predetta, avrà la facoltà di accettare, concludendo con Mascalzone Latino un contratto in base agli stessi termini di cui all'offerta del terzo. In caso di mancata accettazione da parte della Regione, Mascalzone Latino potrà concludere il contratto con il terzo offerente.

11 - RISERVATEZZA

11.1- La Regione si impegna a mantenere segrete e confidenziali, per la durata del presente contratto e per tre anni successivi alla conclusione della XXXII America's Cup, tutte le informazioni ricevute da Mascalzone Latino, dai suoi collaboratori, o di cui venga a conoscenza durante il rapporto intercorrente con Mascalzone Latino. E ciò, con particolare riferimento a tutte quelle informazioni sia tecniche che di altro genere, relative alle imbarcazioni della classe partecipante alla Coppa America, e comunque collegate alla partecipazione di Mascalzone Latino alla prossima America's Cup (qui di seguito le "Informazioni"). Rimane inteso che tali informazioni sono di proprietà, o comunque nella piena disponibilità, di Mascalzone Latino.

11.2 – La Regione si impegna a non divulgare le informazioni, senza previa autorizzazione scritta di Mascalzone Latino, e comunque si impegna ad assumere le necessarie cautele affinché le Informazioni non pervengano a conoscenza di terzi, denunciando prontamente a Mascalzone Latino ogni eventuale violazione a riguardo.

11.3 - Lo Sponsor non potrà trattenere od archiviare alcuna copia dei documenti, se a ciò non espressamente autorizzato da Mascalzone Latino, e dovrà restituire tutto il materiale che gli sia stato eventualmente fornito durante il rapporto contrattuale.

11.4 – Salvo quanto previsto sub articoli 5.2 e 5.3, è fatto, altresì, divieto alla Regione di rilasciare ad organi di informazione comunicati verbali o scritti relativi al rapporto con Mascalzone Latino, se non previamente concordati e approvati per iscritto con e da Mascalzone Latino.

12 - ESCLUSIVA

12.1 – La Regione, anche in nome e per conto di altri enti su cui esercita il controllo anche indiretto, si impegna a non stipulare accordi di sponsorizzazione, e comunque di non intrattenere rapporti contrattuali in genere con altri partecipanti alla Competizione, e con l'Ente Organizzatore, salvo quanto previsto sub Articolo 6.

12.2 - Mascalzone Latino, nell'ambito della Sfida e delle regate della Competizione, non potrà attribuire la qualifica di "Official Partner" ed i diritti corrispondenti anche ad altre Regioni italiane ovvero direttamente o indirettamente ad altri soggetti pubblici o privati.

13 – RECESSO E RISOLUZIONE

13.1 – Qualora Mascalzone Latino decida di rinunciare definitivamente alla Sfida, il presente contratto si intenderà risolto per giusta causa, senza che le Parti possano nulla pretendere l'una dall'altra.

13.2 - Mascalzone Latino avrà, inoltre, in ogni momento, la facoltà di risolvere il presente accordo e di revocare la qualifica "Official Partner" ex art. 1454 c.c., qualora la Regione non adempia ad una delle obbligazioni sotto elencate e l'inadempimento persista trascorso il termine di 30 (trenta) giorni dal ricevimento di diffida a mezzo lettera raccomandata AR:

1 (Oggetto), 3 (Diritti della Regione), 4 (Obblighi della Regione), 5 (Autonomia della gestione e comunicazione della sfida), 6 (Marchi e segni distintivi di Mascalzone Latino e di terzi), 7 (Regole della competizione), 8 (America's Cup Marks), 9 (Durata), 11 (Riservatezza), 12 (Esclusiva).

13.3 In caso di inadempimento, da parte di Mascalzone Latino delle disposizioni di cui agli artt. 2,3,12 del presente atto, il contratto si intenderà risolto automaticamente, ai sensi dell'art. 1456 c.c.

15 - MODIFICHE

Ogni modifica al presente accordo dovrà avvenire per iscritto.

16 – FORO COMPETENTE

16.1 – Le parti espressamente convengono che per qualsiasi controversia dovesse insorgere relativamente al presente contratto, comprese quelle inerenti la sua validità, interpretazione, esecuzione e risoluzione, sarà competente in via esclusiva il Foro di Napoli.

17 – DISPOSIZIONI FINALI

17.1 Per tutto quanto non previsto dal presente contratto, si rinvia alle disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia.

17.2 La presente scrittura sarà sottoposta a registrazione solo in caso d'uso ai sensi dell'art. 5, comma 2, del D.P.R. 26/4/1986 n. 131 e succ. mod. precisando le relative spese saranno poste a carico della parte richiedente la registrazione.

Napoli,

Mascalzone Latino s.r.l.

Regione Campania

Allegati:

- A) Team Mark
- B) Contratto ACPI
- C) Marchio Congiunto (varie versioni)
- D) Marchio Sponsor
- E) Posizionamento marchio sponsor