

Sommario

LA DISCIPLINA GENERALE DELLE SPONSORIZZAZIONI	pag. 5	5. Differenze tra sponsorizzazione di beni culturali e figure contrattuali di confine	pag. 26
1. I contratti di sponsorizzazione	pag. 5		
2. Tipologie di sponsorizzazioni		5.1. Mecenatismo, patrocinio e negozi gratuiti modali	pag. 26
2.1. Sponsorizzazioni “pure”, “tecniche” e “miste”	pag. 9	5.1.1. Cenni sul diverso regime fiscale	pag. 27
2.2. La clausola di sponsorizzazione	pag. 9	5.2. <i>Merchandising</i> culturale	pag. 29
2.3. Sponsorizzazioni “attive” e “passive”	pag. 10	5.3. Contratti di pubblicità	pag. 30
2.4. Sponsorizzazioni “deboli” e “forti”	pag. 12	5.4. Concessione di spazi pubblicitari	pag. 30
3. Cenni sulla disciplina previgente	pag. 12	5.5. Servizi per il pubblico	pag. 31
LE SPONSORIZZAZIONI NEL SETTORE DEI BENI CULTURALI	pag. 14	5.6. Il “project financing”	pag. 32
1. Premessa	pag. 14	6. Criteri e procedure per l’individuazione degli <i>sponsor</i>	pag. 33
2. Le principali fonti della disciplina	pag. 17	6.1. Le sponsorizzazioni nel decreto legislativo n. 163/2006	pag. 33
3. La definizione di “ <i>sponsorizzazione</i> ” nel Codice dei beni culturali e del paesaggio	pag. 19	6.2. Le sponsorizzazioni nel nuovo Codice dei contratti pubblici approvato con decreto legislativo n. 50/2016	pag. 38
4. La verifica di compatibilità delle sponsorizzazioni con le esigenze di tutela dei beni culturali	pag. 21	6.2.1. La legge delega	pag. 38
		6.2.2. La disciplina generale (art. 19)	pag. 38

Sommario

6.2.3. La disciplina speciale per i beni culturali (artt. 145 e 151, commi 1 e 2)	pag. 39	e tecnico-professionali richiesti agli <i>sponsor</i>	pag. 41
6.2.4. Il sostegno degli istituti, dei luoghi della cultura, delle fondazioni lirico-sinfoniche e dei teatri di tradizione	pag. 41	6.2.6. Il procedimento di scelta degli <i>sponsor</i>	pag. 42
6.2.5. I requisiti di moralità		7. Le altre forme speciali di partenariato pubblico-privato ("PPP") nel settore dei beni culturali	pag. 47

L'AUTORE

Cino Benelli Avvocato in Firenze.