
Sponsor e sponsorizzati

di Simone Facchinetti

IMPORTANTE



Tutte le formule riportate nel Formulario sono disponibili on line e sono personalizzabili

Le istruzioni per scaricare i file sono a pag. **317**

N.B.: Nelle versioni digitali del volume tutti i rimandi (per es. da Sommario a Paragrafi) sono attivabili (link)

EDIZIONI
FAG
MILANO

|

|

Indice sistematico

Prefazione	11
Capitolo 1 - Il contratto di sponsorizzazione	
1.1 Premessa	13
1.2 Definizione giuridica ed economica	17
1.3 La natura giuridica e gli elementi essenziali del contratto	20
1.4 Le parti del contratto: lo sponsor e lo sponsee	29
1.4.1 Il soggetto sponsor	33
1.4.2 Il soggetto sponsorizzato o <i>sponsee</i>	42
1.5 La forma e l'accordo.....	50
1.5.1 La forma.....	50
1.5.2 L'accordo	51
1.6 La causa e l'oggetto	53
1.6.1 La causa.....	53
1.6.2 L'oggetto.....	54
1.7 La giurisprudenza – il ritorno pubblicitario – la presupposizione.....	56
1.8 Le principali pattuizioni di un contratto di sponsorizzazione..	57
1.9 La risoluzione – il recesso – l'inadempimento – la responsabilità.....	61
1.10 La sponsorizzazione e i diritti della personalità	78
1.11 Sponsorizzazione e fisco.....	82
1.11.3 La definizione di spese di rappresentanza e spesa di pubblicità	91
1.11.4 La sponsorizzazione e le imposte indirette.....	102

**Capitolo 2 - La redazione del contratto di sponsorizzazione
(con formulario di clausole contrattuali)**

2.1	La redazione del contratto di sponsorizzazione: le clausole e i regolamenti e la più recente giurisprudenza	109
2.1.1	Fattispecie - interpretazione	110
2.1.2	Il risarcimento del danno	113
2.1.3	Tassazione e costi di sponsorizzazione	114
2.1.4	Risoluzione del contratto	114
2.2	Le clausole relative ai rapporti tra le parti	116
2.2.1	Clausole relative alla normativa federale.....	116
2.2.2	Clausola di previa approvazione, da parte dello sponsee, delle campagne marketing dello sponsor	121
2.2.3	Clausola di tolleranza.....	122
2.2.4	Clausola del c.d. <i>silenzio olimpico</i>	122
2.2.5	Clausole di non concorrenza.....	123
2.2.6	Clausola di esclusiva	124
2.2.7	Clausole di durata, opzione, prelazione e rinnovo	125
2.2.8	Clausole di non ingerenza.....	127
2.2.9	Clausole limitative della responsabilità.....	128
2.2.10	Clausole relative alla fase successiva alla scadenza del contratto	129
2.2.11	Clausola relativa all'uso del marchio dello sponsor da parte dello <i>sponsee</i>	130
2.2.12	Clausola relativa ai termini di consegna e clausola di garanzia	131
2.2.13	Clausole di collaborazione tra le parti	132
2.2.14	Clausole di correttezza	134
2.2.15	Le morality clauses.....	135
2.2.16	Clausola di cessione del contratto e sub-licenze.....	136
2.2.17	Clausole relative alla stesura dell'accordo.....	137
2.2.18	Clausola relativa alla legge applicabile	137
2.2.19	Clausola relativa al foro competente o clausola arbitrale	138
2.2.20	Clausole risolutive espresse.....	139
2.3	Le clausole di riduzione dell'alea normale-economica del contratto di sponsorizzazione e i rimedi giudiziari alternativi....	140
2.3.1	L'infortunio dello sponsee.....	141
2.3.2	La retrocessione o la serie di insuccessi sportivi dello sponsee.....	144

2.3.3	I provvedimenti dell'autorità sportiva riguardanti lo sponsee	148
2.3.4	Le dichiarazioni, i comportamenti e le vicende riguardanti lo sponsee che incidono negativamente sugli affari e sull'immagine dello sponsor	149
2.3.5	Le clausole di recente previsione	152
2.3.6	Clausole di futura previsione.....	153
Capitolo 3 - Le varie tipologie di sponsorizzazione, l'ambush marketing, il contratto di endorsement e il contenzioso		
3.1	Tipologie in base all'oggetto e in base al settore di intervento ...	157
3.1.1	La sponsorizzazione in base all'oggetto.....	157
3.1.2	La sponsorizzazione in base al settore di intervento ...	158
3.2	Sponsorizzazioni e pratiche commerciali	160
3.3	Ambush Marketing: inquadramento e casistica	161
3.3.1	Una panoramica dell'ambush marketing sportivo nella storia	162
3.3.2	Legislazione sull'ambush marketing: tre casi dalla storia recente.....	164
3.3.3	Esempi di ambush marketing.....	169
3.4	Nuove forme di sponsorizzazione.....	175
3.4.1	La <i>wap phones sponsorship</i>	179
3.4.2	La <i>sport videogame sponsorship</i>	179
3.4.3	La <i>corporate naming</i> degli impianti sportivi	181
3.4.4	Influencer marketing	184
3.5	Il contratto di endorsement	188
3.6	Il Codice della Camera di Commercio Internazionale (ICC) sulle sponsorizzazioni	191
3.7	Il contenzioso.....	193
3.7.1	Organismi a tutela	193
3.7.2	L'arbitrato e la conciliazione nello sport in Italia	196
Capitolo 4 - La sponsorizzazione sportiva		
4.1	Cenni storici	199
4.2	I motivi del successo della sponsorizzazione sportiva	200
4.2.1	La capacità di identificare e misurare le metriche di partnership realmente importanti	201
4.3	La sponsorizzazione di un club/team con particolare attenzione al basket e al calcio	202

4.3.1	Sponsorizzazione nel basket	203
4.3.2	Sponsorizzazione nel calcio	207
4.4	La sponsorizzazione del singolo atleta e profili di responsabilità	217
4.5	La sponsorizzazione tecnica e profili di responsabilità.....	222
4.6	I comitati e i consorzi per la sponsorizzazione di particolari imprese sportive	225
4.7	La sponsorizzazione di un evento sportivo.....	225
4.8	La sponsorizzazione attiva e passiva	226
4.9	Sponsorizzazioni, dati e nuovi asset digitali: le strategie dell'Inter	226
 Capitolo 5 - La sponsorizzazione nella cultura, nello spettacolo e nei grandi eventi internazionali		
5.1	Nella cultura	233
5.1.1	Competenze e responsabilità tra le parti nel settore della cultura.....	235
5.1.2	Lo schema contrattuale.....	235
5.1.3	La differenza tra il contratto di sponsorizzazione in senso stretto e la sponsorizzazione culturale	236
5.1.4	Il mecenatismo	237
5.2	Nella Pubblica Amministrazione	238
5.2.1	Origini e tipologie	238
5.2.2	La sponsorizzazione attiva e i vincoli di spesa della P.A.....	239
5.2.3	I contratti di sponsorizzazione passiva.....	241
5.3	La sponsorizzazione nello spettacolo, in particolare nella musica	244
5.3.1	<i>L'environnement</i>	246
5.4	Sponsorizzazione televisiva (c.d. <i>bartering</i>)	247
5.4.1	Premessa	247
5.4.2	Bartering.....	248
5.4.3	Le differenti forme di intervento nelle sponsorizzazioni radiotelevisive.....	249
5.4.4	Gli aspetti contrattuali	249
5.5	Sponsorizzazioni di grandi eventi internazionali.....	250
5.5.1	Le norme e le criticità in EXPO 2015 Milano	250
5.5.2	EXPO 2020 Dubai.....	251

Capitolo 6 - Modulistica contrattuale

6.1	Sport.....	257
06_01	Contratto di sponsorizzazione nel settore calcistico ...	257
06_02	Contratto di partnership nel settore calcistico	262
06_03	Contratto di sponsorizzazione tecnica.....	266
06_04	Contratto di sponsorizzazione di una squadra	268
06_05	Contratto di abbinamento con una associazione sportiva di basket.....	277
06_06	Contratto di sponsorizzazione di manifestazione sportiva.....	278
06_07	Contratto di sponsorizzazione per diventare partner ufficiale di una società sportiva.....	280
06_08	Contratto di sponsorizzazione di squadra sportiva.....	289
06_09	Contratto di sponsorizzazione di atleta	290
6.2	Nella cultura e spettacolo	293
06_10	Contratto di sponsorizzazione con un ente pubblico.	293
06_11	Contratto di sponsorizzazione nel settore universitario.....	296
06_12	Contratto di merchandising di un attore-presentatore	297
06_13	Contratto di sponsorizzazione culturale	299
06_14	Contratto di sponsorizzazione di un'artista	302
06_15	Contratto di sponsorizzazione culturale	305
	Indice analitico	309