

SOMMARIO

Presentazione	VII
Profilo Autori	XIII

Capitolo 1 - Il mecenatismo a favore della cultura

1. Mecenatismo e sponsorizzazione verso i beni culturali: aspetti generali.....	1
2. Il mecenatismo in Francia.....	2
2.1. Il mecenatismo deducibile.....	3
2.2. Il mecenatismo in denaro delle imprese	4
2.2.1. Acquisto di beni culturali	5
2.3. Il mecenatismo in mezzi delle imprese	5
2.4. Il mecenatismo dei soggetti privati	6
2.5. Mecenatismo a favore di organismi con sede in Stato estero	7
3. Il mecenatismo in Germania	7
3.1. Il mecenatismo delle imprese	8
3.2. Il mecenatismo delle organizzazioni senza scopo di lucro	8
3.3. Le agevolazioni fiscali	8
3.4. Attività culturali ed economia	9
4. Il mecenatismo in Inghilterra.....	9
4.1. La disciplina tributaria.....	10
5. Il mecenatismo in Spagna.....	12
6. Il mecenatismo in Italia.....	14
6.1. Il D.L. 31 maggio 2014, n. 83	16
6.1.1. Art-bonus.....	17
6.1.2. Grande progetto Pompei	18
6.1.3. Tutela e valorizzazione del complesso della Reggia di Caserta.....	21
6.1.4. Fondazioni lirico-sinfoniche	22
6.1.5. Tax credit per il cinema.....	22
6.1.6. Piano strategico per i grandi progetti beni culturali	23
6.1.7. Esercizi ricettivi.....	23

6.1.8. Piano per la mobilità turistica.....	24
6.1.9. Guide turistiche	25
6.1.10. Immagini dei beni culturali.....	25
6.1.11. Strutture turistiche.....	25
6.1.12. Soprintendenze autonome e manager museale.	26
7. Mecenatismo e contratto di sponsorizzazione	27
7.1. Mecenatismo e accordi convenzionali.....	29
7.2. L'individuazione del mecenate.....	29
7.3. Motivi ostativi all'accettazione della liberalità	30
7.4. Gli accordi con istituzioni culturali, scientifiche e con i soggetti del terzo settore.....	30
7.5. Gli accordi con le imprese e gli enti con scopo di lucro.	31
7.6. Le attività per la raccolta di fondi: sottoscrizioni ed eventi benefici	31
8. Aspetti fiscali delle erogazioni liberali	32

Capitolo 2 - Il contratto di sponsorizzazione ordinaria

1. Etimologia del termine sponsorizzazione.....	35
2. Il contratto di sponsorizzazione: evoluzione legislativa.....	38
3. Nozione di contratto di sponsorizzazione	40
3.1. Fonti di diritto privato	41
3.1.1. Natura giuridica	43
3.2. Le sponsorizzazioni con la P.A.	44
3.2.1. La sponsorizzazione passiva.....	45
3.2.2. La sponsorizzazione attiva.....	46
4. Il contratto di sponsorizzazione ordinaria.....	48
4.1. Oggetto.....	48
4.2. La sponsorizzazione come clausola accessoria di un contratto di appalto pubblico.....	49
4.3. Sponsorizzazione di importo superiore a quarantamila euro	50
4.4. Destinazione dei risparmi di spesa generati dalla spon- sorizzazione.....	51
4.5. Difficoltà nel connubio immagine della P.A. e marchio aziendale	52
4.6. Gli interventi delle autorità amministrative indipen- denti.....	52

5.	Le sponsorizzazioni come strumento di cambiamento	53
6.	La sponsorizzazione come nuovo mezzo di comunicazione pubblicitaria	54
6.1.	La sponsorizzazione come strumento di comunicazione d'impresa	56
6.2.	Eventi sponsorizzabili	57
6.3.	Soggetti protagonisti e coprotagonisti della sponsorizzazione	58
7.	Le sponsorizzazioni: il punto di vista delle imprese	59
7.1.	La sponsorizzazione come mezzo di comunicazione istituzionale e di marketing aziendale	61
7.2.	Motivazione e momento di comunicazione	63
7.2.1.	L'associazione dell'immagine aziendale a un evento o a un progetto della P.A.	65
7.2.2.	Comunicazione esclusiva	66
7.2.3.	Sintonia tra comunicazione e pubblico di riferimento	66
7.2.4.	Segmentazione del pubblico di riferimento	66
7.2.5.	Il rapporto dello sponsor con il pubblico	67
7.2.6.	Rafforzamento della popolarità aziendale	68
7.2.7.	Il ruolo dei media	68
8.	Il punto di vista delle pubbliche amministrazioni sulle sponsorizzazioni	69
8.1.	La proposta di sponsorizzazione	70
8.1.1.	Presentazione	71
8.1.2.	Sponsor singolo e pluralità di sponsor	74
8.1.3.	Modalità di ricerca dello sponsor	76
9.	La sponsorizzazione e la pubblica amministrazione locale: obiettivi e contesti	77
9.1.	Individuazione del progetto	78
9.2.	Analisi delle caratteristiche valoriali	79
9.3.	Analisi delle caratteristiche comunicazionali	79
9.4.	Analisi del fabbisogno	80
9.5.	Predisposizione della proposta di sponsorizzazione, analisi delle opportunità, ricerca dello sponsor e gestione della sponsorizzazione	80
9.6.	La sponsorizzazione del servizio di tesoreria	82

Capitolo 3 - I beni culturali e i beni paesaggistici: principi generali

1.	Il D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42.....	85
1.1.	La struttura del Codice	89
1.2.	Il patrimonio culturale nazionale.....	90
1.2.1.	Il patrimonio storico e archeologico	92
1.2.2.	I beni paesaggistici come beni culturali	92
2.	Il principio costituzionale di leale collaborazione.....	93
2.1.	La collaborazione istituzionale per la tutela dei beni culturali.....	95
2.2.	La collaborazione istituzionale per la tutela dei beni paesaggistici	96
3.	Il ruolo dei soggetti privati.....	98
4.	Dalla Direzione generale degli scavi e dei monumenti (1875) all'attuale Ministero per i beni culturali e le attività culturali e del turismo.....	99

Capitolo 4 - Classificazione dei beni culturali

1.	I beni culturali pubblici e privati di interesse semplice	106
1.1.	Beni culturali che interessano la paleontologia, la preistoria e le civiltà primitive.....	107
1.2.	Beni culturali di interesse numismatico	108
1.3.	Beni culturali cartacei.....	108
1.4.	Carte geografiche e spartiti musicali aventi carattere di rarità e di pregio	108
1.5.	Fotografie, con relativi negativi e matrici, pellicole cinematografiche e supporti audiovisivi in genere, aventi carattere di rarità e di pregio	109
1.6.	Ville, parchi e giardini che abbiano interesse storico e artistico.....	110
1.7.	Pubbliche piazze, vie, strade e altri spazi aperti urbani di interesse artistico o storico.....	111
1.8.	Siti minerari di interesse storico o etnoantropologico ...	112
1.9.	Navi e galleggianti aventi interesse artistico, storico o etnoantropologico. Il patrimonio culturale sottomarino	112
1.10.	Architetture rurali aventi interesse storico o etnoantropologico quali testimonianze dell'economia rurale tradizionale.....	113

1.11.	Prodotti agricoli e gastronomici tipici	114
1.12.	Beni culturali demaniali e del patrimonio individuati dal Codice civile.....	115
1.13.	Compendi e comprensori.....	116
2.	I beni culturali ex art. 10, comma 2, D.Lgs. n. 42/2000	117
2.1.	Il museo.....	118
2.1.1.	I musei d'arte.....	118
2.1.2.	I musei storici e archeologici.....	118
2.1.3.	I musei antropologici e etnografici	119
2.1.4.	I musei della scienza	119
2.1.5.	I musei specializzati in ambito locale	119
2.1.6.	Le case-museo	119
2.1.7.	I musei dei bambini.....	120
2.1.8.	L'eco-museo	120
2.1.9.	Il museo nella società contemporanea.....	121
2.1.10.	I servizi erogati al pubblico.....	122
2.1.11.	Organizzazione amministrativa, finanziaria, gestionale e delle relazioni pubbliche.....	123
2.1.12.	Servizi della struttura e della sicurezza.....	124
3.	I beni culturali di particolare ed eccezionale interesse	124
3.1.	Cose immobili e mobili di particolare interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico di soggetti privati (persone fisiche).....	124
3.2.	Archivi e singoli documenti di soggetti privati	125
3.3.	Raccolte librerie di soggetti privati	125
3.4.	Cose immobili e mobili	125
3.5.	Collezioni o serie di oggetti rilevanti come complesso diversi da raccolte museali, pinacoteche, gallerie e altri luoghi espositivi, da archivi e documenti, da raccolte librerie..	125
4.	Beni sottoposti a particolari disposizioni di tutela	126
4.1.	Elementi decorativi	127
4.2.	Studi d'artista	127
4.3.	Aree pubbliche aventi valore archeologico, storico, artistico e paesaggistico nelle quali vietare o sottoporre a condizioni particolari l'esercizio del commercio, attività di artigianato tradizionale e altre attività commerciali tradizionali, riconosciute quali espressione dell'identità culturale collettiva ai sensi delle convenzioni UNESCO	128

4.4.	Opere di pittura, scultura, grafica e qualsiasi oggetto d'arte di autore vivente o la cui esecuzione non risalga ad oltre cinquanta anni	129
4.5.	Opere di architettura contemporanea di particolare valore artistico	129
4.5.1.	Riconoscimento del particolare valore artistico dell'opera	130
4.5.2.	I contributi pubblici per interventi conservativi	131
4.5.3.	La tutela dell'opera architettonica in base alla normativa sul diritto d'autore	131
4.6.	Fotografie, con relativi negativi e matrici, esemplari di opere cinematografiche, audiovisive o di sequenze di immagini in movimento, documentazioni di manifestazioni, sonore o verbali, comunque realizzate, la cui produzione risalga ad oltre venticinque anni	134
4.7.	Mezzi di trasporto aventi più di settantacinque anni ...	134
4.8.	Beni e strumenti di interesse per la storia della scienza e della tecnica aventi più di cinquanta anni	135
4.9.	Vestigia individuate dalla vigente normativa in materia di tutela del patrimonio storico della Prima guerra mondiale	135
5.	Il patrimonio culturale nazionale e i beni della Chiesa	137
5.1.	I beni culturali religiosi	138
5.1.1.	Classificazione	139
5.2.	Enti ecclesiastici gestori	140
5.2.1.	Istituti diocesani o interdiocesani per il sostentamento del clero	140
5.2.2.	La conferenza episcopale regionale	141
5.2.3.	La Pontificia Commissione per i beni culturali della Chiesa	141
5.2.4.	La Parrocchia	142
5.3.	Le Chiese e i luoghi di culto: accesso, visite culturali, spettacoli e concerti	143
5.4.	Formazione e attività didattica	145

Capitolo 5 - Beni culturali di soggetti pubblici e privati

1.	Beni culturali dello Stato e degli altri enti pubblici	147
2.	I beni culturali di persone giuridiche senza scopo di lucro	147

2.1.	L'evoluzione storica dell'organizzazione non a scopo di lucro.....	147
2.2.	L'analisi esegetica dei termini lucro e non profit	148
2.3.	La definizione di ente non commerciale ovvero di ente non profit	151
2.4.	Le fonti normative	153
2.4.1.	Le fonti costituzionali	153
2.4.2.	Le fonti nel Codice civile	155
2.4.3.	La legislazione ordinaria degli anni Novanta	156
2.4.4.	La disciplina tributaria delle Onlus e degli enti non commerciali	158
2.4.5.	La Legge n. 383/2000 sulle associazioni di promozione sociale.....	161
2.4.6.	Il sistema integrato dei servizi sociali nella Legge n. 328/2000	162
2.4.7.	Il D.Lgs. n. 155/2006 sull'impresa sociale.....	162
2.4.8.	La fondazione per i beni culturali ebraici in Italia - onlus.....	163
2.4.9.	Le fondazioni bancarie.....	164
2.4.10.	Il Fondo Ambiente Italiano	168
3.	Beni culturali di enti ecclesiastici civilmente riconosciuti	169

Capitolo 6 - Tutela, valorizzazione e fruizione dei beni culturali

1.	Verifica dell'interesse culturale	172
1.1.	Criteri	172
2.	Procedimento per la verifica dell'interesse culturale dei beni appartenenti a soggetti privati.....	173
2.1.	Oggetto per la verifica dell'interesse culturale	173
2.2.	Avviso di avvio del procedimento	174
2.3.	Oggetto dell'accertamento.....	175
2.4.	Esito dell'accertamento e riconoscimento dell'interesse culturale	177
2.5.	Notificazione del provvedimento	178
2.6.	Termine per la conclusione del procedimento	178
2.7.	I mezzi di tutela amministrativa	179
2.8.	I mezzi di tutela giurisdizionale e i poteri del giudice ..	180

3.	Gli strumenti per la tutela dei beni culturali	181
3.1.	Il vincolo diretto.....	181
3.2.	Il vincolo indiretto	182
3.3.	Limitazioni all'esercizio delle attività economiche.....	183
3.4.	Esecuzione di opere e lavori su beni culturali privati....	184
3.4.1.	Interventi soggetti ad autorizzazione	184
3.4.2.	Competenze professionali dell'architetto e dell'ingegnere.....	184
3.4.3.	Il superamento e l'abbattimento delle barriere architettoniche.....	185
3.4.4.	Riduzione in pristino dei monumenti e demolizione dei manufatti abusivi.....	186
3.4.5.	Sanzioni per uso illecito del bene culturale	186
4.	La valorizzazione dei beni culturali.....	187
4.1.	La prelazione di enti pubblici nella vendita di beni culturali privati.....	187
4.2.	Le associazioni culturali	190
4.3.	I beni culturali di Roma Capitale	191
4.4.	Poteri organizzativi del Ministero per i beni e le attività culturali e del turismo.....	191
5.	Il ruolo dei musei nella tutela, valorizzazione e fruizione dei beni culturali	191
5.1.	Il turismo culturale	192
5.2.	Rapporti tra il museo e il pubblico: il marketing.....	197
5.2.1.	Il marketing nei musei americani.....	199
5.3.	L'offerta proposta dal museo	201
5.4.	La domanda rivolta al museo e il pubblico di frequentatori	202
5.5.	L'analisi della domanda	204
5.6.	La funzione del museo nella percezione dei visitatori... ..	205
5.6.1.	Funzione sociale.....	205
5.6.2.	Funzione ludica	205
5.6.3.	Funzione relazionale	206
5.6.4.	Funzione culturale.....	206
5.7.	L'analisi della comunicazione	206
5.8.	Risultati di alcune indagini statistiche sui flussi di pubblico nei musei	206

6.	La pianificazione e la fruizione dei beni culturali	207
6.1.	Il coinvolgimento dei privati nell'erogazione dei servizi	208
6.1.1.	Il contratto di global service e la concessione di valorizzazione	210
6.2.	Il coinvolgimento della P.A. nella valorizzazione del patrimonio culturale privato.....	212
7.	Il distretto culturale	213
7.1.	Creazione e strategia di gestione.....	213
7.2.	Potenzialità dei singoli comuni: criteri di valutazione...	214
7.3.	Ruolo e finalità	214
7.4.	Le origini del distretto culturale in Inghilterra	215
7.5.	Il ruolo delle tradizionali attività produttive e culturali	216
7.6.	Il modello di distretto culturale.....	216
7.7.	Distretto culturale e globalizzazione dei mercati	217
7.8.	Il distretto culturale di tipo industriale	218
7.9.	Il distretto culturale istituzionale, museale e metropolitano	218
7.10.	Il distretto culturale evoluto.....	219
7.10.1.	Principali azioni di intervento del distretto culturale evoluto	220
7.11.	Il distretto culturale all'estero	220
7.12.	Il distretto culturale in Italia.....	221

Capitolo 7 - Classificazione dei beni paesaggistici

1.	La nozione di ambiente	225
1.1.	I beni paesaggistici	227
1.1.1.	Le fonti costituzionali	230
1.1.2.	Le fonti ordinarie	231
1.1.3.	Il D.Lgs. n. 42/2004 e la convenzione europea del paesaggio.....	233
1.1.4.	La disciplina dell'ambiente in ambito europeo ..	235
2.	La cooperazione tra le pubbliche amministrazioni	237
2.1.	La conferenza di servizi.....	239
2.2.	Gli accordi tra pubbliche amministrazioni	242
2.2.1.	L'accordo ex art. 15, Legge 7 agosto 1990, n. 241 ..	242
2.2.2.	L'accordo di programma	243

3.	I beni paesaggistici di notevole interesse pubblico	244
3.1.	Il procedimento per la dichiarazione di notevole interesse pubblico.....	245
3.2.	Le competenze della commissione regionale	246
3.3.	La proposta della commissione regionale: pubblicità, partecipazione e trasparenza	247
3.4.	Il provvedimento dichiarativo della regione	248
3.5.	I poteri sostitutivi del ministero	249
4.	Le aree tutelate per legge.....	250
4.1.	Territori costieri.....	250
4.2.	Territori contermini ai laghi	250
4.3.	Fiumi, torrenti e corsi d'acqua	251
4.4.	Montagne	251
4.5.	Ghiacciai e circhi glaciali	252
4.6.	Parchi e riserve nazionali o regionali.....	252
4.6.1.	Parchi naturali regionali	255
4.6.2.	Riserve naturali statali e regionali.....	256
4.6.3.	Aree protette marine	257
4.7.	Territori coperti da foreste e da boschi.....	257
4.7.1.	Aree assimilate al bosco.....	258
4.7.2.	Le opere di rimboschimento e la silvicoltura	259
4.7.3.	Zone boscate percorse o danneggiate dal fuoco e sottoposte a vincoli idrogeologici.....	261
4.8.	Aree assegnate alle Università agrarie e zone gravate da usi civici.....	263
4.8.1.	L'occupazione e il godimento individuale	265
4.8.2.	Gli usi civici e la tutela dell'ambiente	266
4.8.3.	Funzioni amministrative e giurisdizionali.....	268
4.9.	Zone umide	268
4.10.	Vulcani.....	269
4.11.	Zone di interesse archeologico individuate alla data di entrata in vigore del Codice dei beni culturali e del paesaggio (1° maggio 2004).....	269

Capitolo 8 - Tutela, valorizzazione e fruizione dei beni paesaggistici

1.	La pianificazione del paesaggio	273
1.1.	I piani paesaggistici e i piani urbanistico-territoriali	274

1.1.1.	Il coordinamento con gli strumenti di pianificazione territoriale, di settore e di sviluppo economico.....	277
1.1.2.	L'ambito oggettivo dei piani paesaggistici.....	278
1.1.3.	I livelli dei valori paesaggistici e gli obiettivi di qualità paesaggistica.....	280
1.1.4.	Il procedimento di formazione del piano paesaggistico.....	280
1.1.5.	Gli accordi tra regioni e Ministero dell'ambiente e il potere sostitutivo del Presidente del Consiglio dei ministri.....	281
1.1.6.	La partecipazione dei soggetti interessati.....	282
2.	Le autorizzazioni paesaggistiche e ambientali.....	283
2.1.	La funzione della regione, delle province, dei comuni e degli enti parco.....	285
2.2.	La domanda per richiedere l'autorizzazione paesaggistica.....	285
2.3.	Il termine per la trasmissione della proposta di autorizzazione alla soprintendenza.....	286
2.4.	Il parere della soprintendenza.....	287
2.5.	Indizione della conferenza dei servizi.....	288
2.6.	Richiesta dell'autorizzazione in via sostitutiva alla regione.....	288
2.7.	Richiesta dell'autorizzazione in via sostitutiva al soprintendente.....	288
2.8.	Obbligo di trasmissione.....	288
2.9.	Elenco delle autorizzazioni rilasciate.....	289
2.10.	Procedimento semplificato di autorizzazione paesaggistica per interventi di lieve entità.....	289
2.11.	I rimedi giurisdizionali.....	290
3.	Interventi non soggetti ad autorizzazione.....	290
4.	L'attività edilizia su aree vincolate.....	291
4.1.	Il permesso di costruire.....	291
4.2.	La dichiarazione di inizio attività (DIA) ora la segnalazione certificata di inizio attività (SCIA).....	295
4.3.	Vincoli archeologici.....	296
4.3.1.	Vincoli archeologici diretti e indiretti.....	297

5.	Il divieto di autorizzazione paesaggistica in sanatoria ex art. 146, comma 10, lett. c), Codice dei beni culturali e del paesaggio	298
5.1.	Il parere positivo o negativo alla sanatoria.....	301
5.2.	Il potere di annullamento del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo.....	302
5.3.	La sanzione amministrativa ex art. 167, D.Lgs. n. 42/2004	302
5.4.	Il regime transitorio ex art. 159, D.Lgs. n. 42/2004.....	303
6.	La facciata dei fabbricati.....	304
7.	La giurisdizione del giudice amministrativo	305
7.1.	Interessi allo stato diffuso e interessi collettivi: evoluzione storica	305
7.2.	La legittimazione a ricorrere	307
7.3.	La giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo .	310
7.3.1.	Le innovazioni procedurali introdotte dal Codice dei beni culturali e del paesaggio.....	311

Capitolo 9 - La sponsorizzazione dei beni culturali e paesaggistici

1.	I fattori concorrenti nella promozione delle sponsorizzazioni culturali.....	315
1.1.	Livello di attrazione del bene culturale	316
1.2.	Capacità manageriale e di marketing degli amministratori e dei funzionari pubblici.....	316
1.3.	Normativa a disciplina del contratto	317
1.4.	Agevolazioni fiscali	318
2.	Il contratto di sponsorizzazione dei beni culturali	318
2.1.	Soggetti sponsorizzati	319
2.2.	Controlli	319
2.3.	Sponsorizzazione pura	319
2.4.	Sponsorizzazione tecnica.....	320
2.5.	Sponsorizzazione mista	324
2.6.	Lavori su immobili vincolati. Collocazione dei manifesti e dei cartelli pubblicitari.....	325
3.	L'adozione di un monumento.....	326

4.	Contratto di sponsorizzazione e project financing	328
5.	Contratti di sponsorizzazione e contratti di concessione di spazi pubblicitari	333
5.1.	Individuazione dei soggetti utilizzatori degli spazi pubblicitari	336
5.1.1.	Individuazione operata direttamente dall'amministrazione o attraverso un'impresa pubblicitaria	336
5.1.2.	Acquisto degli spazi da parte di impresa pubblicitaria: utilizzazione diretta o cessione a terzi	336
5.1.3.	Contratto atipico a struttura trilaterale.....	337
5.1.4.	Natura giuridica	337
5.1.5.	Individuazione della parte contrante privata.....	338
6.	Eventi espositivi presso istituti e luoghi di cultura	340
6.1.	Mostre proposte da soggetti terzi.....	341
7.	La programmazione delle sponsorizzazioni	342
7.1.	Modalità operative per l'inserimento delle sponsorizzazioni nella programmazione dell'amministrazione....	345
7.2.	Modalità per la redazione dello studio di fattibilità.....	348
7.3.	Sponsorizzazione di lavori.....	349
7.4.	Sponsorizzazione di servizi e forniture.....	350
7.5.	La scelta della tipologia di sponsorizzazione.....	350
7.6.	Definizione preventiva degli elementi essenziali della controprestazione offerta dalla P.A.....	351
7.7.	Valutazione delle modalità di uso del bene culturale	352
7.8.	Ulteriori forme di pubblicità e di sollecitazione dell'offerta di sponsorizzazioni e di mecenatismo	353
7.9.	L'intermediazione nella ricerca di mecenati o sponsor e nella vendita di spazi pubblicitari.....	354

Capitolo 10 - Ricerca dello sponsor e aspetti fiscali della sponsorizzazione

1.	Il procedimento per la scelta dello sponsor	360
1.1.	Elaborazione del progetto di sponsorizzazione	361
1.2.	Integrazione del programma triennale relativo alla programmazione dei lavori su beni culturali.....	361

1.3.	Redazione e approvazione del bando di gara o dell'avviso pubblico	361
1.3.1.	Bando di gara per la sponsorizzazione pura, tecnica e mista	362
1.4.	Pubblicazione del bando di gara o dell'avviso pubblico	363
1.5.	Assenza di offerte	364
1.5.1.	L'esito negativo della procedura selettiva e il ricorso alla negoziazione diretta	364
1.6.	Ricezione e valutazione delle offerte da parte della P.A. o della commissione di gara.....	365
1.7.	Il criterio di aggiudicazione nella sponsorizzazione pura, tecnica e mista.....	366
1.8.	Formazione della graduatoria ed eventuale acquisizione di ulteriori offerte con il meccanismo del rilancio.....	368
1.9.	Presenza d'atto dei risultati della commissione di gara e assegnazione del contratto di sponsorizzazione al soggetto vincitore.....	368
1.10.	L'aggiudicazione definitiva	368
1.11.	Lo standstill period	369
1.12.	Sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione	370
1.13.	Ulteriori incombenze di pubblicità in base alla Legge 6 novembre 2012, n. 190.....	371
2.	Valutazione economica della prestazione offerta dall'amministrazione allo sponsor	372
2.1.	Valutazione svolta da società terze	373
2.2.	Precedenti procedimenti selettivi.....	373
2.3.	Acquisizione di ulteriori offerte migliorative.....	373
3.	Maggiore controprestazione dello sponsor	374
4.	Il versamento del corrispettivo da parte dello sponsor mediante accollo del debito dell'amministrazione verso l'esecutore dei lavori, servizi o forniture	375
5.	Requisiti di qualificazione delle imprese concorrenti.....	377
5.1.	Requisiti necessari per la stipulazione del contratto di sponsorizzazione	378
5.2.	Sponsorizzazione pura	379
5.3.	Sponsorizzazione tecnica.....	380
5.4.	Mecenatismo a favore dei beni culturali	380

6.	La scelta dello sponsor per l'area archeologica di Pompei	382
6.1.	Pluralità di proposte di sponsorizzazione	382
6.2.	Mancata o insufficiente presentazione di candidature ..	383
7.	La programmazione degli interventi sui beni culturali in Gran Bretagna, Scozia e Francia	383
8.	La programmazione degli interventi sui beni culturali in Italia	384
8.1.	Le criticità nella programmazione disciplinata dall'art. 199-bis, Codice dei contratti pubblici	385
8.2.	Rapporti tra l'art. 26 e l'art. 199-bis, Codice dei contratti pubblici.....	388
9.	Aspetti fiscali della sponsorizzazione	392
9.1.	Imposte sul reddito dello sponsor: spese di pubblicità, di propaganda e spese di rappresentanza	392
9.2.	La sponsorizzazione culturale come nuova forma di pubblicità aziendale	396
9.3.	Il regime dell'imposta sul valore aggiunto	397

Capitolo 11 - Casistica e criticità in tema di mecenatismo e di sponsorizzazioni con la pubblica amministrazione

1.	Il caso del Colosseo	399
1.2.	Gli interventi oggetto del contratto di sponsorizzazione.....	400
1.3.	Questioni giuridiche controverse: applicabilità del procedimento di evidenza pubblica	401
1.4.	Il ricorso davanti al giudice amministrativo di primo grado e in appello	402
2.	Il caso del Ponte di Rialto a Venezia	403
3.	Il caso della Fontana di Trevi a Roma.....	403
4.	La sistemazione di Piazza Giovanni XXIII e di Via Mons. Di Sales nella Città di Aosta	404
5.	Sponsorizzazione delle rotonde autostradali	405
6.	Acquisizione del codice identificativo gara per la tracciabilità dei flussi finanziari nei contratti di sponsorizzazione	406
7.	Il mecenatismo comunitario e il ruolo delle piccole-medie imprese	409
8.	Il fenomeno del "piccolo" mecenatismo	411

APPENDICI

Appendice - Strumenti operativi

1. Iter procedimentale delle sponsorizzazioni presso gli enti locali.....	415
2. Regolamento comunale per i contratti di sponsorizzazione.....	416
3. Delibera per l'approvazione di variazione al Piano Esecutivo di Gestione (PEG) presente in un capitolo di spesa del Comune.....	420
4. Delibera per l'approvazione di sponsorizzazione per beni culturali con oggetto non previsto nel Piano Esecutivo di Gestione (PEG) presente in un capitolo di spesa del Comune.....	422
5. Contratto di sponsorizzazione per il restauro di beni culturali - Comune.....	424
6. Contratto di sponsorizzazione per il restauro di beni culturali - Provincia.....	427
7. Avviso pubblico per la ricerca di sponsor per la realizzazione dell'arredo di aree collocate all'interno di talune rotonde stradali situate nel territorio comunale.....	431
8. Contratto di sponsorizzazione tra un Comune e una Società per la sponsorizzazione (finanziaria/tecnica) di un progetto comunale o di un evento.....	437
9. Contratto di sponsorizzazione tra un Comune e un'impresa privata con oggetto manifestazione culturale.....	440
10. Contratto di sponsorizzazione tra un'Azienda Sanitaria Locale e un'impresa privata.....	443
11. Circolare n. 24/E (Agenzia Entrate) - Art. 1, D.L. 31 maggio 2014, n. 83 - Credito di imposta per favorire le erogazioni liberali a sostegno della cultura - "ART-BONUS".....	446
12. Linee guida del D.L. 31 maggio 2014, n. 83 convertito, con modificazioni dall'art. 1, comma 1, Legge 29 luglio 2014, n. 106 - Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo.....	446
Indice analitico.....	453