

COMITATO ORGANIZZATORE
DEI CAMPIONATI MONDIALI DI
PALLAVOLO MASCHILI 2018

2)

Selezione di un General Marketing Advisor del Comitato Organizzatore dei Campionati Mondiali di Pallavolo Maschili 2018 con l'incarico della gestione dei diritti commerciali dell'Evento, del reperimento di sponsor, e della valorizzazione del logo e dei simboli del CO.

LINEE GUIDA DEL CONTRATTO

1.DEFINIZIONI

Nel presente selezione si stabiliscono convenzionalmente le seguenti definizioni:

- a) per "Campionati" o "Evento" si intendono i Campionati Mondiali di Pallavolo Maschili che avranno luogo in Italia nel 2018;
- b) per "CO" si intende il Comitato Organizzatore dei Campionati Italiani di Pallavolo Maschili 2018;
- c) per "COL" si intendono i Comitati Organizzatori Locali dei Campionati Italiani di Pallavolo Maschili 2018 costituiti o da costituirsi nelle seguenti città italiane: Roma, Firenze, Bologna, Milano, Torino, Bari ove saranno svolte una o più fasi dei Campionati; è possibile la celebrazione della partita inaugurale in località diversa dalla precedenti, di particolare prestigio e rinomanza, in tal caso la stessa formerà oggetto di un Evento specifico in cui i diritti degli sponsor saranno comunque garantiti; è altresì possibile la modifica delle sedi suindicate per esigenze di programmazione tecnica collegate alla formula di gioco e/o a rilevanti problemi organizzativi o logistici
- d) per "FIVB" si intende la Federation International Volley Ball, titolare dei Campionati;

- e) per “FIPAV” si intende la Federazione Italiana di Pallavolo cui la Federation International Volley Ball ha affidato la realizzazione dei Campionati;
- f) per “GMA” si intende il General Marketing Advisor aggiudicatario della gara;
- g) per “Diritti” si intendono i diritti, i benefici e le utilità che si trovano nella disponibilità del CO in esito agli accordi FIPAV - CO;
- h) per “Diritti esclusi” si intendono i diritti, i benefici e le utilità che resteranno riservate rispettivamente alla FIVB, alla FIPAV, al CO o di cui comunque il CO non abbia la disponibilità in ragione delle limitazioni contenute nei titoli di provenienza;
- i) per “PREMIUM”: si intendono quegli articoli di prodotti che recano il nome e/o il marchio degli affiliati commerciali della FIPAV/CO o degli affiliati commerciali della FIVB, unitamente a uno qualsiasi dei marchi autorizzati e sono elargiti a titolo gratuito ovvero venduti a un prezzo sovvenzionato per finalità pubblicitarie o promozionali di qualsiasi prodotto o servizio o società in qualsiasi fase del processo di distribuzione;
- j) per “Regole FIVB” si intende l’FIVB Sports Regulations, nonché il Contratto FIVB , il Manuale dell’Evento e tutte le direttive circolari e indicazioni provenienti dalla FIVB e vincolanti per FIPAV/CO in relazione all’Evento;
- k) per “Regole Sportive” si intendono le norme vigenti sul territorio italiano in materia di organizzazione e svolgimento di eventi sportivi, ivi incluse le disposizioni ed i regolamenti del CIO e del CONI.

2. OGGETTO DELL’INCARICO

2.1 Obblighi del GMA. - Il GMA dovrà, in esecuzione dell’incarico:

- fornire assistenza e supporto, su richiesta del CO, nella programmazione, e realizzazione degli adempimenti previsti dal Contratto FIVB, così da garantire l’esatto adempimento degli obblighi in esso previsti e l’assenza di qualsivoglia contestazione e/o addebito di inadempimento a carico di CO/FIPAV;

- gestire i diritti e le opportunità commerciali spettanti alla FIPAV/CO in base al Contratto FIVB, nonché gli ulteriori diritti, benefici ed opportunità che saranno indicate da CO al fine di reperire risorse economiche da destinare alla ottimale realizzazione dell'Evento;
- garantire la massima visibilità dell'evento e la ottimale valorizzazione dei diritti e delle potenzialità promo pubblicitarie e riguardante le seguenti aree di intervento:
 - definizione di un piano di comunicazione e promozione e realizzazione dello stesso con spese a carico proprio;
 - reperimento di sponsor in tutte le categorie merceologiche consentite.
 - svolgimento di attività di marketing relazionale, con particolare attenzione ai nuovi media (ad es. internet, smartphone e mobili, ecc.), e coordinamento dei servizi internet;
 - valorizzazione dell'impatto turistico dell'evento attraverso la gestione dei rapporti con il territorio.

Il General Marketing Advisor sarà unico responsabile - nello svolgimento dell'attività oggetto del contratto e quindi anche nei confronti dei soggetti con i quali stipulerà contratti di sponsorizzazione - del rispetto dei vincoli e delle linee guida stabiliti dal FIVB (Fédération Internationale de VolleyBall) in materia di pubblicità, sponsorizzazioni e diritti di broadcasting.

Il GMA prende atto e accetta sin da ora senza riserve che:

- il CO ha in atto una convenzione con la FIPAV che ne disciplina il ruolo in ordine all'organizzazione dell'Evento;
- CO/FIPAV devono attenersi alle disposizioni della FIVB ed alle limitazioni contrattuali rinvenienti dal Contratto FIVB.
- sono riservati al CO ed ai COL locali, cui spettano le eventuali entrate, i rapporti con le Amministrazioni ed Enti statali o territoriali, fermo restando

che per la visibilità da garantirsi a tali Enti dovranno essere congiuntamente individuati spazi compatibili con gli impegni ed i vincoli di cui sopra.

- La presente selezione non sarà in nessun caso impegnativa per il CO sino a quando lo stesso non decida di stipulare il contratto con l'Azienda aggiudicataria. Tuttavia il CO si impegna a non trattare l'affidamento, dopo la sua eventuale aggiudicazione, con altre aziende.

2.2 Diritti e opportunità disponibili per il GMA – L'attività del GMA per il reperimento e l'ottimizzazione della gestione commerciale potrà fare conto sui seguenti ambiti.

A) Il diritto esclusivo di designare partner commerciali come as "Official Sponsor", "Official Supplier", "Official Supporter", "Official Licensee" or "Official Product" dell'Evento e di garantire loro i rispettivi "pacchetti" di diritti come definiti nelle disposizioni contrattuali FIVB/FIPAV-CO.

Salvo quanto più avanti specificato i diritti di cui sopra potranno esplicitarsi nelle seguenti categorie merceologiche riservate FIPAV/CO:

- **Banking services**
- **Insurance services**
- **Telecommunications**
- **Energy resources**
- **Confectionary & Tea (in questa categoria dovrà essere rispettata la compatibilità con gli sponsor di maglia FIPAV)**

Gli spazi pubblicitari LED disponibili sono divisi al 50% con la FIVB e devono essere utilizzati comunque nel rispetto delle disposizioni previste dalla FIVB.

Si allegano in via orientativa e non vincolante (salvo modifica e completamento a seguito dei contatti attualmente in corso con la FIVB) gli allegati tecnici denominati “piano per lo sfruttamento dei diritti commerciali” e “requisiti specifici della FIVB” per una migliore comprensione del contesto operativo. Il CO si riserva di far conoscere non appena disponibili le disposizioni compiute e definitive.

B) Il diritto di usare i seguenti Marchi:

B.1 I nomi e le immagini dei giocatori (purchè non individualmente);

B.2 Il diritto di distribuire PREMIUMS presso le Sedi o di concedere in sub-licenza tale diritto;

B.3 Il diritto di allestire, commercializzare e consegnare pacchetti ospitalità commerciale presso le Sedi a condizione che tali pacchetti siano concessi a FIVB e agli affiliati commerciali di FIVB ad un prezzo speciale e siano soggette alle relative linee guida della FIVB.

Rimangono esclusi da ogni disponibilità del GMA in quanto categorie riservate FIVB:

- **Volleyballs**
- **Floor**
- **Equipment (including without limitation Volleyball nets, antennae, posts, post pads, poles basis, floor apparatus, referee chairs)**
- **Betting & gambling**
- **Sports and other Apparel for Officials and Referees**
- **Automobile & car, motorcycles and power products**
- **Courier, freight forwarding & logistics**

- **Personal care**
- **Game-related technology (e.g. challenge system, statistics, LED advertising boards etc)**
- **Language learning systems and solutions**
- **Data & timekeeping**

Rimangono in capo al CO, inoltre:

- il diritto di cedere in sub licenza ad una Città ospitante il Logo dell'Evento e la designazione della Città;
- la facoltà di richiedere ed ottenere contributi da Enti pubblici e privati ed Autorità, nonché collaborazioni istituzionali ed ogni altra forma di supporto alle iniziative; rientrano in tale esclusione anche eventuali rapporti con società partecipate da amministrazioni locali se operanti nei settori dei diritti concessi (Banking services, Insurance services, Telecommunications, Energy resources, Confectionary & Tea), in quanto tali rapporti potrebbero pregiudicare l'ottimale individuazione dello sponsor a livello nazionale.
- gli spazi e le opportunità di visibilità esterni alle sedi di gioco e disponibili nelle Città ospitanti, che saranno prioritariamente riservati ai COL, comunque nei limiti di compatibilità merceologica con le categorie riservate a FIVB, FIPAV, CO. A tali spazi potranno aggiungersi limitate disponibilità di minutaggio nelle rotazioni LED a beneficio delle Istituzioni o Enti locali (in termini da definire successivamente) nei casi di particolare importanza dell'intervento dell'Istituzione o Ente.
- il merchandising;
- i diritti televisivi e di broadcasting.

Nelle categorie superalcolici, tabacco e pornografica non è consentito lo svolgimento di alcuna attività.

3.DURATA

Il contratto, ferme le riserve di cui all'articolo precedente, avrà decorrenza dal momento in cui verrà affidato formalmente l'incarico al GMA e termine il 31 dicembre 2018.

Non è ammessa alcuna forma di tacita proroga.

4. CORRISPETTIVI

4.1 Corrispettivi in danaro

A titolo di corrispettivo per la concessione dei Diritti nel corso della durata del presente contratto, il GMA si impegna a corrispondere al CO:

- gli importi indicati in sede di offerta, al rialzo rispetto al minimo garantito posto a base di gara di € 2.000.000,00 (euro duemilioni) oltre IVA.
- sui valori delle sponsorizzazioni concluse in eccedenza rispetto al minimo garantito, la quota percentuale offerta in sede di gara, oltre IVA.

Nel caso in cui, successivamente alla sottoscrizione del presente accordo, siano riconosciuti al CO aumenti o miglioramenti dei diritti disponibili, ovvero riduzioni delle esclusioni e riserve, il CO contratterà in buona fede con il GMA la concessione di tali ulteriori diritti, nell'ottica di comune interesse di ottimizzare il risultato gestionale. Qualora, decorsi 20 giorni dal formale inizio, la trattativa sul punto non sia conclusa positivamente, il CO potrà rivolgersi a terzi con il solo obbligo di rispettare le categorie merceologiche già impegnate dal GMA a quella data.

4.2 Forniture in cambio merci o servizi

In relazione alle ipotesi di sponsorizzazioni che prevedano a favore del CO forniture di beni o servizi, siano esse quelle comprese nella quota pari ad € 500.000,00 che è da ritenere inclusa nel corrispettivo minimo garantito, siano esse opportunità reperite successivamente dal GMA ed eccedenti il suddetto minimo garantito, le stesse formeranno oggetto di autonoma e separata trattativa tra le parti nella quale sarà definita:

- la valorizzazione convenzionale della fornitura in rapporto ai prezzi praticati sul mercato;
- il corrispettivo da riconoscersi al GMA;
- le modalità, i tempi e le condizioni delle forniture in relazione alle esigenze del CO.

Salvo che non sia diversamente previsto nei singoli contratti, il corrispettivo maturato dal GMA in relazione ai rapporti in cambio merce o servizi non potrà essere compensato o comunque conteggiato in conto pagamento dei corrispettivi di cui al punto 4.1 . Il GMA, inoltre, decadrà dal diritto a pretendere il compenso di cui al presente punto, qualora si renda inadempiente, anche solo in parte, al puntuale ed esatto assolvimento delle obbligazioni di pagamento di cui al punto 4.1. Le provvigioni maturate in base ad accordi di cui al presente punto 4.2 saranno riconosciute solo ad avvenuto integrale adempimento delle prestazioni previste a carico dello sponsor a favore del CO.

4.3 – Omnicomprensività dei corrispettivi.

I corrispettivi indicati al presente articolo sono definitivamente comprensivi di tutto quanto dovuto tra le parti per ogni facoltà, diritto e servizio di cui al presente Contratto. In particolare nessun ulteriore importo, corrispettivo o rimborso di sorta risulterà in alcun caso dovuto dal CO al GMA o a terzi. Gli adempimenti previsti dalla normativa fiscale in ordine alle tasse di affissione e/o qualsiasi altra imposta o tassa eventualmente dovuta sulla pubblicità o le sponsorizzazioni cui si riferisce il presente accordo saranno ad esclusivo carico del GMA che avrà cura di porle a carico del partner commerciale cui assegnerà il relativo diritto.

Le obbligazioni di cui al presente articolo hanno natura essenziale.

5. MODALITA' DI PAGAMENTO

Il pagamento del minimo garantito oggetto di aggiudicazione avverrà esclusivamente a mezzo bonifico bancario sul conto corrente che sarà indicato dal CO secondo la seguente tempistica:

- 20% entro 20 giorni dall'aggiudicazione;
- 20% entro il 31 gennaio 2018;
- 20% entro il 31 maggio 2018;
- 30% entro il 31 agosto 2018;
- 10% entro il 31 ottobre 2018.

I corrispettivi maturati sulla raccolta eccedente il minimo garantito saranno corrisposti entro 10 giorni dal relativo incasso, e comunque entro il 15 dicembre 2018.

I corrispettivi eventualmente dovuti al GMA in relazione ai rapporti in cambio merce o servizi di cui al punto 4.2 saranno regolati in base a quanto previsto nei rispettivi contratti, fermo restando quanto in proposito stabilito al medesimo punto 4.2.

6. CONDIZIONI PER LA STIPULA DEL CONTRATTO - CAUZIONE

L'Azienda selezionata per l'incarico, si obbliga a fornire, entro 20 giorni dalla comunicazione dell'affidamento, la seguente documentazione:

- a) copia dei bilanci riferiti agli ultimi tre esercizi ;
- b) almeno due referenze bancarie che attestino l'idoneità economico-finanziaria e patrimoniale dell'impresa;
- c) l'elenco dei contratti di marketing realizzati, con esito positivo, nel triennio 2014 - 2016, specificandone la committenza, l'oggetto, il valore e la durata;
- d) scheda contenente le caratteristiche aziendali, la struttura societaria, la data di inizio dell'attività ed il numero dei dipendenti complessivi.

Inoltre, a garanzia dell'esatto adempimento degli obblighi assunti e quale condizione essenziale per la stipula del contratto, il General Marketing Advisor dovrà costituire, entro 15 giorni dall'affidamento dell'incarico, un deposito cauzionale in uno dei seguenti modi per un importo pari ad € 500.000,00 (cinquecentomila):

a) mediante fideiussione bancaria;

b) mediante polizza assicurativa;

Dovranno ivi essere inserite le seguenti condizioni particolari con le quali l'istituto bancario o assicurativo si obbliga incondizionatamente:

- esclusione del beneficio della preventiva escussione di cui all'art. 1944 c.c.;
- rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957, comma 2, c.c.;
- operatività della garanzia entro 15 giorni, a semplice richiesta scritta da parte dell'Amministrazione.

La mancata costituzione della cauzione nei termini sopra indicati comporterà la facoltà per il Comitato Organizzatore di revocare l'affidamento dell'incarico di General Marketing Advisor, salvi e impregiudicati ogni diritto e azione esperibili per il risarcimento del maggiore danno.

7.CONTRATTI CON GLI SPONSOR

Il Comitato Organizzatore dovrà esprimere il proprio preventivo gradimento sugli sponsor. A tal fine il GMA dovrà sottoporre al Comitato, per la sua sottoscrizione per accettazione, gli schemi di contratto completi e definitivi, prima della loro stipula tra le parti.

Il Comitato sarà pertanto sollevato da ogni responsabilità, anche verso terzi, in relazione a contratti per i quali non abbia espresso il necessario preventivo gradimento con le modalità sopraindicate. La conclusione di contratti, tra GMA e sponsor, privi della necessaria sottoscrizione per accettazione da parte del Comitato, oppure modificati rispetto al testo preso in visione e sottoscritto, costituirà grave inadempimento ai fini di quanto previsto al successivo art.10.

8. TEMPI DEGLI ADEMPIMENTI

Il GMA dovrà presentare al CO:

- entro un mese dalla sottoscrizione del contratto il progetto di commercializzazione dei diritti;
- di mese in mese, dopo la scadenza di cui al punto precedente, relazioni sull'andamento dei contatti e delle trattative in corso o da avviare, accompagnate non appena possibile dagli schemi dei contratti.

Qualora i diritti e le opportunità commerciali di cui al presente atto non siano assegnati, in base ad accordi sottoscritti con i partner commerciali, entro il 30 giugno 2018, il CO rientrerà in possesso degli stessi riservandosi di concederli ai COL ovvero disponendone in proprio.

9. PROPRIETÀ E DIRITTI DI UTILIZZAZIONE DEI MARCHI

L'uso dei marchi relativi all'evento "Campionati Mondiali di Pallavolo maschili 2018" e la loro relativa attività di valorizzazione da parte del GMA non potranno in nessun modo essere difformi dalle indicazioni che saranno fornite dal Comitato, essendo i relativi diritti di proprietà della FIVB.

Altresì il logo ed i segni distintivi del CO e dei COL saranno utilizzati dal GMA solo ed unicamente in conformità con le specifiche fornite, la quale con l'approvazione riconosce l'esatta utilizzazione del marchio. Il GMA non acquisterà alcun diritto sul logo e sui segni distintivi, nè si creerà alcun avviamento o priorità a suo favore in seguito all'uso, anche prolungato nel tempo, di tale marchio. Inoltre, il GMA si impegna a non richiedere alcuna registrazione di marchi per le classi merceologiche interessate.

Alla scadenza del contratto, il GMA non potrà più fare uso di detti marchi, logo e segni distintivi che restano di proprietà del Comitato.

10. RESPONSABILITÀ DEL GENERAL MARKETING ADVISOR

Nell'esecuzione dell'incarico, il GMA presterà la propria attività con la massima professionalità e tempestività, al meglio delle sue conoscenze ed al più alto livello

tecnico, ed in ogni caso con diligenza del mandatario, assumendo piena responsabilità per ogni pregiudizio che avesse a derivare al CO e/o ai COL a causa di colpa, errore, negligenza o imperizia.

Nelle trattative e comunque nei rapporti con i fornitori, con i terzi in genere e con gli sponsor, sarà cura del GMA tutelare nel modo più conveniente gli interessi del CO, dei COL e dell'Evento al fine di ottenere le migliori condizioni di mercato disponibili a favore del CO.

Per i servizi oggetto del presente contratto dovrà essere impiegato personale scelto, capace ed adeguato, per qualifica e numero, agli standard di qualità richiesti dal CO ed all'importanza dell'Evento, in particolare garantendo la strutturazione di uno staff dedicato composto almeno da:

- 1 supervisore di progetto;
- 1 account per ogni città ospitante.

In ogni caso il CO si riserva di controllare nel corso del rapporto il rispetto dei suindicati requisiti, richiedendo, ove lo ritenga necessario, l'integrazione del personale impiegato o l'allontanamento di elementi non graditi per gravi inadempimenti a norme regolamentari e comportamentali. Prima dell'inizio dei servizi il GMA dovrà presentare al CO l'elenco nominativo di tutto il personale, nonché la documentazione attestante la regolarità della posizione lavorativa, anche sotto il profilo assicurativo, fiscale e previdenziale.

Il GMA è tenuto all'osservanza delle norme derivanti dalle leggi vigenti e decreti relativi all'assicurazione del personale contro infortuni sul lavoro, alla disoccupazione volontaria, all'invalidità e vecchiaia, alla tubercolosi ed alle altre disposizioni vigenti in materia di lavoro.

Il CO avrà facoltà di verificare, in qualsiasi momento, il regolare versamento dei contributi assistenziali e previdenziali e il GMA è tenuto a fornire la relativa documentazione.

Il GMA si obbliga ad attuare nei confronti dei lavoratori dipendenti, occupati nei servizi oggetto dell'incarico, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro nazionali e locali applicabili alla

data dell'aggiudicazione, le condizioni risultanti dalle successive modifiche ed integrazioni dei contratti collettivi che venissero successivamente stipulati. Il CO ed i COL sono sollevati da qualsiasi responsabilità derivante dalla mancata osservanza di quanto sopra indicato.

Il Comitato è sollevato e manlevato, inoltre e comunque, da ogni e qualsivoglia responsabilità derivante, connessa o conseguente a prestazioni eseguite dal GMA in attuazione dell'incarico oggetto del contratto, restando esclusivamente il GMA stesso responsabile, anche verso terzi, per i danni a persone o cose che dovessero verificarsi in esecuzione del contratto medesimo.

A tal fine il GMA dovrà provvedere, entro 15 giorni dall'inizio delle prestazioni, qualora non ne sia già provvisto, a stipulare apposita polizza assicurativa per i rischi di responsabilità civile, derivanti dalle attività oggetto del contratto, per un valore assicurato non inferiore ad € 10.000.000,00. La predetta polizza dovrà essere esibita in originale al Comitato, che provvederà ad acquisirne copia.

11. RISERVATEZZA

Il presente rapporto e tutte le informazioni, i dati e le notizie di cui il GMA e/o gli sponsor verranno a conoscenza, in qualsiasi modo, nel corso di esecuzione dell'incarico, si intendono coperti da rigoroso vincolo di riservatezza, per tutta la durata dell'incarico e per i due anni successivi alla cessazione dello stesso. Il vincolo riguarda anche analisi, documenti, studi e atti predisposti dal GMA e/o dagli sponsor nell'esecuzione dell'incarico, che non potranno in nessun modo essere divulgati o diffusi in difetto di consenso del Comitato, senza alcun limite temporale.

Il GMA è tenuto ad adottare misure adeguate ad assicurare il rispetto dell'obbligo di riservatezza, impartendo istruzioni prima della comunicazione a qualsiasi dipendente o collaboratore di ogni informazione riservata, al fine di prevenire l'uso non consentito.

Le disposizioni del presente articolo non si applicano nelle seguenti ipotesi:

1. informazioni divenute di dominio pubblico senza che vi sia stata violazione

della presente clausola o di qualsiasi altro obbligo di riservatezza;

2. informazioni ottenute da terzi senza che vi sia stata violazione della presente clausola o di qualsiasi altro obbligo di riservatezza;
3. informazioni irrilevanti ovvero che devono essere rivelate per disposizioni di legge o di qualsiasi competente autorità.

E' fatto altresì divieto al GMA di emettere comunicati stampa riguardanti l'affidamento, se non preventivamente concordati con il Comitato.

La presente obbligazione ha natura essenziale.

12. PENALI E RISOLUZIONE

Il ritardo nell'adempimento degli obblighi previsti dal presente atto darà luogo al pagamento a carico del GMA di una penale pari al doppio dell'interesse legale per ogni giorno di ritardo nel pagamento di una rata del minimo garantito, salvo il maggior danno.

In ogni caso, ai sensi dell'art.1453 e ss. del Codice Civile, il CO potrà dichiarare unilateralmente risolto il contratto qualora il GMA si renda responsabile di gravi inadempimenti.

Il Comitato avrà inoltre facoltà di dichiarare immediatamente ed automaticamente risolto di diritto il contratto stesso, ai sensi dell'art. 1456 del Codice Civile, in caso di:

- 1) mancato pagamento di anche solo una rata del minimo garantito dovuto nei termini e con le modalità previsti protrattosi oltre 30 giorni;
- 2) eventuali sanzioni o richiami comminati da parte della FIVB (Fédération Internationale de VolleyBall) al Comitato per violazione delle norme del FIVB stessa in materia di pubblicità e sponsorizzazioni, con riferimento all'attività svolta dal GMA;
- 3) cessione non autorizzata, anche parziale, delle prestazioni previste dal contratto;
- 4) qualsiasi violazione degli obblighi contrattuali da parte del GMA che abbia provocato pregiudizio al Comitato.

In seguito alla risoluzione del contratto a norma del presente articolo, il Comitato avrà diritto ad incamerare la cauzione di cui al precedente art.6, salva ed impregiudicata ogni azione per il risarcimento del maggiore danno.

13.FORO COMPETENTE

Tutte le controversie che dovessero insorgere tra le parti in ordine all'esecuzione o all'interpretazione del contratto saranno devolute alla competenza esclusiva del Foro di Roma.

14.DISPOSIZIONI VARIE

Il CO si riserva la possibilità di modificare e disciplinare nel dettaglio il presente schema di contratto per renderlo più aderente alla realizzazione del progetto approvato in sede di aggiudicazione.

Qualsiasi comunicazione tra le parti dovrà avvenire per iscritto e dovrà essere spedita a mezzo lettera raccomandata anticipata da trasmissione via telefax agli indirizzi delle società indicati nel contratto.

Il presente accordo non determina vincoli societari o associativi tra le parti e non implica alcun rapporto di agenzia, società o cointeressenza tra le stesse.

Entrambe le parti si impegnano, anche per i loro dipendenti o collaboratori, a mantenere il più stretto riserbo circa le condizioni e i termini di questo accordo anche dopo la sua scadenza.

Il presente accordo contiene nella loro interezza gli accordi intervenuti fra le parti sulla materia che ne è oggetto ed annulla e sostituisce ogni intesa verbale o scritta precedentemente intervenuta in proposito. Ogni patto aggiunto o in deroga a quanto qui contenuto dovrà essere formulato per iscritto dalle parti a pena di nullità. L'accordo è concluso con l'aggiudicazione.

Nessuna delle parti potrà cedere a terzi il presente accordo o i diritti che ne derivano senza il previo assenso scritto della controparte.

Ai sensi e per gli effetti degli artt. 1341 e 1342 del Codice Civile, le parti riconoscono che il presente accordo è stato specificamente e concordemente

negoziato e non predisposto mediante l'uso dei moduli, formulari o condizioni generali di contratto. Sarà ad esclusivo onere e carico del GMA il reperimento dei biglietti di ingresso alle manifestazioni sportive per i soggetti con i quali il GMA stesso stipulerà contratti di sponsorizzazione.

Le imposte e tasse per la registrazione del contratto sono a carico del GMA.

Per quanto non espressamente previsto dalle parti, il contratto sarà regolato dalla legge italiana e segnatamente dal Codice Civile.

IL COMITATO ORGANIZZATORE

PIANO PER LO SFRUTTAMENTO DEI DIRITTI COMMERCIALI

1.1 1. Principi del piano di sfruttamento dei diritti commerciali

1.1 I DIRITTI COMMERCIALI relativi alla MANIFESTAZIONE dovranno essere sfruttati in base ai seguenti principi generali:

1.1.1 La visibilità generale presso la sede dovrà essere distribuita e condivisa in maniera uniforme (ossia, con una ripartizione del 50%) tra gli AFFILIATI COMMERCIALI della FIVB e gli AFFILIATI COMMERCIALI della FN/OC.

1.1.2 All'interno dello stesso livello (*tier*) agli AFFILIATI COMMERCIALI della FN/OC non è consentito disporre della stessa visibilità di un singolo AFFILIATO COMMERCIALE della FIVB.

1.2 I DIRITTI COMMERCIALI relativi alla MANIFESTAZIONE dovranno essere sfruttati in base al seguente sistema di livelli:

1.2.1 Il livello superiore sarà formato da: 1) partner della FIVB per gli AFFILIATI COMMERCIALI della FIVB e 2) partner nazionali per gli AFFILIATI COMMERCIALI della FN/OC.

1.2.1.1 Il livello superiore dovrà essere limitato a un massimo di quattro (4) partner della FIVB e quattro (4) partner nazionali.

1.2.1.2 Il livello superiore dovrà ricevere 2/3 della visibilità sui cartelli a LED nell'ambito della MANIFESTAZIONE.

1.2.2 Il secondo livello sarà formato da: 1) fornitori della FIVB per gli AFFILIATI COMMERCIALI della FIVB e 2) sponsor nazionali per gli AFFILIATI COMMERCIALI della FN/OC-

1.2.2.1 Il secondo livello dovrà essere limitato a un massimo di quattro (4) fornitori della FIVB e quattro (4) sponsor nazionali.

1.2.2.2 Il secondo livello dovrà ricevere una visibilità di 1/3 sui cartelli a LED nell'ambito della MANIFESTAZIONE.

1.2.3 Il terzo livello sarà formato da: 1) Sostenitori della FIVB per gli AFFILIATI COMMERCIALI della FIVB e 2) sostenitori nazionali per gli AFFILIATI COMMERCIALI della FN/OC.

1.2.3.1 Il terzo livello non dovrà essere limitato in termini di numero di affiliati commerciali per la FIVB o per la FN/OC.

1.2.3.2 Il terzo livello non riceverà alcuna visibilità sui cartelli a LED nell'ambito della MANIFESTAZIONE.

1.2 2. Piano dettagliato di sfruttamento dei diritti

Il Piano dettagliato di sfruttamento dei diritti relativo alla MANIFESTAZIONE sarà fornito dalla FIVB entro il 31 dicembre 2016.

2° ALLEGATO TECNICO

REQUISITI SPECIFICI DELLA FIVB

Prospetti dei requisiti

1. Linee guida per i pannelli pubblicitari a LED

1.1 Requisiti tecnici

Da fornire a cura della FIVB entro il 31 dicembre 2017.

1.2 Linee guida sull'utilizzo

PREMESSA

Come descritto nei relativi contratti per i diritti («Contratti per i diritti») tra la FIVB e sponsor, fornitori e sostenitori (collettivamente gli «Affiliati commerciali») dei Campionati Mondiali di Pallavolo maschili 2017 (la «Manifestazione»), l'utilizzo dei sistemi di pannelli pubblicitari perimetrali elettronici/a LED («Sistemi a LED») in occasione degli incontri della Manifestazione è soggetto alle linee guida emesse dalla FIVB.

Queste linee guida vengono applicate in relazione a tutte le identificazioni degli Affiliati commerciali (e al materiale grafico relativo a tali identificazioni) utilizzate sui Sistemi a LED in occasione degli incontri della Manifestazione.

La FIVB si riserva il diritto di modificare e aggiornare queste linee guida. In caso di discrepanza tra queste linee guida e le clausole e condizioni di qualsiasi Contratto per i diritti, faranno fede queste ultime.

SOMMARIO

- Regole per le rotazioni durante il tempo di gara
- Rotazioni condivise
- Rotazioni esclusive
- Tempi
- Allegato A: modello dell'ordine di riproduzione

REGOLE PER LE ROTAZIONI DURANTE IL TEMPO DI GARA

Come descritto nei Contratti per i diritti, l'identificazione degli Affiliati commerciali e/o della FIVB sui Sistemi a LED è ripartita in rotazioni

condivise e rotazioni esclusive, che cambiano durante lo svolgimento di un incontro in funzione di un ordine predefinito stabilito dalla FIVB. Il termine «rotazione» utilizzato in queste linee guida indica un periodo di tempo durante il quale vengono mostrate le identificazioni sul Sistema a LED prima di essere completamente sostituite da nuove identificazioni, che a loro volta saranno sostituite da nuove identificazioni e così via.

La ripartizione 50%-50% (totale di 6 minuti) tra gli Affiliati commerciali degli organizzatori e quelli della FIVB sarà calcolata durante il tempo di gioco. I periodi di tempo indicati di seguito sono riservati alla FIVB e non saranno caratterizzati da alcun tipo di brandizzazione commerciale:

- protocollo prepartita
- durante i time-out tecnici e delle squadre
- tra un set e l'altro
- dopo il fischio finale

Gli ordini di riproduzione per la manifestazione saranno inviati tramite e-mail a parte.

- Durante un challenge: rotazione condivisa con tutti gli sponsor per massimizzare la visibilità delle sponsorizzazioni
- Time-out delle squadre: rotazione condivisa con tutti gli sponsor per massimizzare la visibilità delle sponsorizzazioni
- Primo time-out tecnico: rotazione condivisa con tutti gli sponsor per massimizzare la visibilità delle sponsorizzazioni
- Secondo time-out tecnico: attivazioni FIVB (ad es.: primo set: tweet per la squadra, secondo set: unisciti alla conversazione e spotlight sociale)
- Tra un set e l'altro: riservato esclusivamente ad intrattenimento senza pubblicità commerciale.

ROTAZIONI CONDIVISE

Definizione

- Per rotazione condivisa si intende un periodo di tempo durante il quale, in linea di principio, tutti gli sponsor sono identificati sul Sistema a LED contemporaneamente.
- Gli ordini di riproduzione e le linee guida vengono applicati all'inizio di T-18 minuti prima del fischio di inizio dell'incontro.
- Il tempo di rotazione complessivo sarà pari a 6 minuti (180 secondi).
- Da attuare durante i challenge, i time-out delle squadre, i primi time-out tecnici.

Schema

- Durante i periodi delle rotazioni condivise, lo schema e la posizione delle identificazioni degli Affiliati commerciali sul Sistema a LED rifletteranno le posizioni/lo schema dei pannelli utilizzati sui pannelli pubblicitari perimetrali fissi, secondo lo schema del campo ufficiale.
- Due pannelli centrali che corrispondono a (a discrezione FIVB)..... dello schema del campo ufficiale dovranno rimanere fissi durante l'intero svolgimento dell'incontro, nonché durante la rotazione esclusiva.

Identificazioni

- Le identificazioni di un Affiliato commerciale durante le rotazioni condivise non possono essere modificate durante un incontro.

Animazioni/movimento

- La brandizzazione degli Affiliati commerciali deve essere statica durante le rotazioni condivise. Non sono consentite immagini in movimento ed effetti o animazioni speciali, come flash, onde, applausi celebrativi, rotazioni, zumate, dissolvenze, ecc.
- Una volta apparsa sul Sistema a LED, una rotazione condivisa rimarrà invariata e statica per tutta la durata della rotazione.

Specifiche tecniche

Immagini:

- Tutti i file devono essere file statici/non animati.
- Tutti i file devono essere ad alta risoluzione in formato JPEG (risoluzioni di 72 dpi). Alla FIVB potranno essere inviati anche file in formato EPS o PSD.
- Non sono ammissibili messaggi con inviti all'azione (c.d. «Call to action») incorporati nel logo aziendale.
- I pannelli fissi nel campo centrale avranno dimensioni minime di 48 pixel di altezza e 128 pixel di larghezza.
- I pixel delle immagini minimi richiesti sono 48 pixel di altezza e 640 pixel di larghezza.
- Al fine di evitare riflessi sul campo, è opportuno evitare sfondi bianchi o con colori chiari.
- Si raccomanda l'uso di grafica con sfondi di colore scuro e testo di colore chiaro e/o logo bianco.
- I messaggi devono essere limitati a 15 secondi di durata.

Sistema di controllo

- Overlay di software di controllo esterno con possibile ridondanza dei dati.
- Grafica predefinita memorizzabile in pannelli in caso di totale perdita della connessione dati.
- Almeno 2 armadi di riserva presso la sede di allestimento, liberamente configurabili.
- Moduli sostituibili in tempi ristretti. Tempo di sostituzione modulo/armadio <1 minuto, senza influire sul sistema di esecuzione.

Alimentazione elettrica e cablaggio

- Ripristino del sistema a pieno regime in caso di mancanza di energia elettrica in meno di 25 secondi.
- Griglie e imbottiture di gomma (protezione dagli impatti) per proteggere i giocatori dagli infortuni.
- Possibilità di adattare uscite di sicurezza e di accesso presso numerose sedi senza perdita di segnale.
- I sistemi devono essere adeguatamente mantenuti, con registri completi di interventi di manutenzione e anomalie.
- Tutto il cablaggio esposto (compreso il cablaggio dati) deve essere protetto.
- La mancanza di energia elettrica deve essere limitata a un armadio - ripercussioni su altri armadi non sono tollerabili.
- Energia elettrica a bordo campo richiesta per il sistema sicura e di comprovata affidabilità.
- Energia elettrica ausiliaria / da preferire due fonti di energia elettrica indipendenti. Esempi di requisiti di energia elettrica: 2 x 125A / 4 x 63A rispetto a 4 x 125A / 8 X 63A.

Condivisione/scambio d'inventario

- Gli Affiliati commerciali non possono condividere o scambiare le loro rotazioni con altri Affiliati commerciali.

ROTAZIONE ESCLUSIVA

- Per rotazione esclusiva si intende un periodo di tempo in cui un singolo Affiliato commerciale viene identificato sul Sistema a LED.

Schema/ordine di riproduzione

- Durante le rotazioni esclusive, lo schema e la posizione dell’Affiliato commerciale copriranno l’intera superficie dei pannelli, ad eccezione dei pannelli fissi secondo quanto riportato nello schema del campo ufficiale.

Identificazioni

- Fatte salve le leggi e normative locali vigenti, durante le rotazioni esclusive ciascun Affiliato commerciale è libero di promuovere:
 - prodotti/marchi per i quali l’Affiliato commerciale è autorizzato ad esercitare i suoi diritti ai sensi del relativo Contratto per i diritti. I Contratti per i diritti degli Affiliati commerciali possono inoltre disciplinare le modalità in cui taluni marchi possono apparire; e/o
 - quanto riportato di seguito:
 - prodotti e/o servizi (comprese immagini/illustrazioni);
 - sostegno per entrambe le squadre che si affrontano in una partita specifica (il sostegno deve essere equo e giusto);
 - slogan/messaggi/campagne dell’Affiliato commerciale/inviti all’azione per i prodotti dell’Affiliato commerciale (ad esempio: «La nuova Honda in arrivo a dicembre»); e/o
 - siti web, pagine/piattaforme di social media

A patto che quanto sopra rientri nella categoria dei prodotti dell’Affiliato commerciale definita all’interno del Contratto per i diritti dell’Affiliato Commerciale (la «Categoria dei prodotti») e sia correlato al marchio o ai marchi dell’Affiliato commerciale.

- Le identificazioni di un Affiliato commerciale durante le rotazioni esclusive possono variare a seconda dell’incontro.
- Non possono apparire contemporaneamente più di tre diverse identificazioni dell’Affiliato commerciale (ossia, come combinazione) durante una singola rotazione esclusiva, ad es.:
 - Marchio dell’Affiliato commerciale + immagine del prodotto dell’Affiliato commerciale + sito web dell’Affiliato commerciale, ovvero
 - Marchio dell’Affiliato commerciale + slogan dell’Affiliato commerciale + nome di un affiliato dell’Affiliato commerciale (a patto che tale affiliato rappresenti un marchio), ovvero

- Nome del prodotto dell’Affiliato commerciale + immagine del prodotto dell’Affiliato commerciale + messaggio della campagna dell’Affiliato commerciale.
- Ogni Affiliato commerciale può utilizzare soltanto una combinazione di identificazioni durante le rotazioni esclusive nel corso di un singolo giorno.
- Quanto riportato a continuazione non può apparire nelle identificazioni dell’Affiliato commerciale durante le rotazioni esclusive:
 - Riferimenti a persone, squadre e dirigenti, anche nel caso in cui l’Affiliato commerciale abbia un rapporto con essi.
 - Messaggi di carattere religioso o politico o messaggi che, secondo la FIVB, siano di natura offensiva.
 - Pubblicità comparativa.
 - Riferimenti all’incontro specifico in cui viene utilizzato il Sistema a LED (o ad azioni dal vivo che si svolgono durante l’incontro).
 - Riferimenti ad aspetti di altri sport o eventi in cui l’Affiliato commerciale potrebbe essere coinvolto.
 - Riferimenti a terzi (compresi i prodotti e/o servizi di terzi, rivenditori e/o affiliati promozionali).
- Benché le identificazioni degli Affiliati commerciali possano essere esibite in qualsiasi lingua durante le rotazioni esclusive, sarà necessario fornire un testo con traduzione completa in lingua inglese da sottoporre alla FIVB per la relativa approvazione.

Animazioni/movimento

- Le identificazioni degli Affiliati commerciali devono essere statiche durante le rotazioni esclusive. Non sono consentite immagini in movimento o animazioni o effetti speciali, tra cui flash, onde, applausi celebrativi, rotazioni, zumate, dissolvenze, ecc.
- Una volta apparsa sul Sistema a LED, una rotazione condivisa rimarrà invariata e statica per tutta la durata della rotazione.
- La lunghezza della rotazione è di 15 pollici, la stessa per tutti gli Affiliati commerciali, benché alcune potrebbero essere ripetute con maggiore frequenza per adattarsi, nell’ambito della struttura dello sponsor, alla gerarchia del programma di sponsorizzazione.

Specifiche tecniche

Immagini:

- Tutti i file devono essere file statici/non animati.

- Tutti i file devono essere ad alta risoluzione in formato JPEG (risoluzioni di 72 dpi). Alla FIVB potranno essere inviati anche file in formato EPS o PSD.
- Non sono ammissibili messaggi con inviti all'azione (c.d. «Call to action») incorporati nel logo aziendale.
- I pannelli fissi nel campo centrale avranno dimensioni minime di 48 pixel di altezza e 128 pixel di larghezza.
- I pixel delle immagini minimi richiesti sono 48 pixel di altezza e 640 pixel di larghezza.
- Al fine di evitare riflessi sul campo, è opportuno evitare sfondi bianchi o con colori chiari.
- Si raccomanda l'uso di grafica con sfondi di colore scuro e testo di colore chiaro e/o logo bianco.
- I messaggi devono essere limitati a 15 secondi di durata.

Sistema di controllo

- Overlay di software di controllo esterno con possibile ridondanza dei dati.
- Grafica predefinita memorizzabile in pannelli in caso di totale perdita della connessione dati.
- Almeno 2 armadi di riserva presso la sede di allestimento, liberamente configurabili.
- Moduli sostituibili in tempi ristretti. Tempo di sostituzione modulo/armadio <1 minuto, senza influire sul sistema di esecuzione.

Alimentazione elettrica e cablaggio

- Ripristino del sistema a pieno regime in caso di mancanza di energia elettrica in meno di 25 secondi.
- Griglie e imbottiture di gomma (protezione dagli impatti) per proteggere i giocatori dagli infortuni.
- Possibilità di adattare uscite di sicurezza e di accesso presso numerose sedi senza perdita di segnale.
- I sistemi devono essere adeguatamente mantenuti, con registri completi di interventi di manutenzione e anomalie.
- Tutto il cablaggio esposto (compreso il cablaggio dati) deve essere protetto.
- La mancanza di energia elettrica deve essere limitata a un armadio - ripercussioni su altri armadi non sono tollerabili.
- Energia elettrica a bordo campo richiesta per il sistema sicura e di comprovata affidabilità.

- Energia elettrica ausiliaria / da preferire due fonti di energia elettrica indipendenti. Esempi di requisiti di energia elettrica: 2 x 125A / 4 x 63A rispetto a 4 x 125A / 8 X 63A.

Condivisione/scambio d'inventario

- Gli Affiliati commerciali non possono condividere o scambiare le loro rotazioni con altri Affiliati commerciali.
- Nel caso in cui venga inserito un marchi di prodotti alcolici in qualità di Affiliato commerciale locale e la brandizzazione sui pannelli è soggetta a regolamentazione locale, la brandizzazione dovrà essere discussa e approvata preventivamente per iscritto dalla FIVB.

Prepartita, tempo di gara, time-out e dopopartita

La FIVB utilizzerà il Sistema a LED in determinati momenti durante la manifestazione (prima della partita, durante i time-out, tra i set e dopo la partita) per inserire varie identificazioni, tra cui la brandizzazione di gara della FIVB, la brandizzazione della FIVB, messaggi e/o campagne, formazioni dei giocatori, coinvolgimento dei tifosi, campagne aziendali e altre attivazioni.

Inizio del set

Al termine del primo e del secondo set, la rotazione condivisa dell’Affiliato commerciale sarà applicata quando la prima squadra raggiungerà 21 punti. Al termine del quinto set, la rotazione condivisa sarà applicata quando la prima squadra raggiungerà i 10 punti.

Cerimonia di premiazione ed eventi collaterali

Una rotazione separata per la cerimonia di premiazione ed eventi collaterali (ad es.: concerti, spettacoli, ecc.) dovrà essere individuata e approvata dalla FIVB prima dell’evento. Si faccia riferimento alle tempistiche per maggiori dettagli.

Luminosità e colori ammissibili

Il Sistema a LED non deve influire negativamente sul gioco, sull’arbitraggio e/o sulla fruibilità visiva del gioco (per spettatori e telespettatori), né determinare o generare confusione. Pertanto:

- al fine di evitare qualsiasi confusione con i colori delle bandiere degli assistenti, nessun elemento grafico dovrà avere un colore

predominante simile a quello delle bandiere (ossia rosso o giallo fluo);

- la grafica degli Affiliati commerciali non deve contenere colori ad elevata saturazione;
- i colori della grafica devono rientrare nelle gamme previste per la trasmissione televisiva dopo avere applicato le correzioni di colore;
- la FIVB potrebbe adattare livelli di saturazione del colore delle identificazioni degli Affiliati commerciali prima o durante la trasmissione di un incontro.

Approvazioni, fornitura del materiale grafico e costi

Tutte le identificazioni degli Affiliati commerciali sono soggette alla preventiva approvazione della FIVB e devono essere sottoposte alla FIVB/OC almeno quattro settimane prima dell'uso previsto. Tutto il materiale grafico degli Affiliati commerciali deve essere inviato in un formato di file specifico (con riferimenti a colori pantone ove necessario), secondo le rispettive specifiche tecniche e le scadenze comunicate dalla FIVB/CO agli Affiliati commerciali. Per maggiore chiarezza, nel caso in cui una grafica sia stata utilizzata presso una sede, gli Affiliati commerciali dovranno farsi carico di eventuali costi per adeguare la grafica affinché possa essere utilizzata presso un'altra sede. Questi costi comprendono la trasformazione della grafica degli Affiliati commerciali in file trattabili (tra cui, ad esempio, conversioni di formati), costi di gestione, licenze di codec, controllo della qualità del file, posizionamento del testo e correzione del colore. Eventuali costi sostenuti in relazione a materiale grafico supplementare saranno addebitati all'Affiliato commerciale interessato.

TEMPI

- | | |
|---------------|--|
| - 8 settimane | La FIVB/Organizzatori devono fornire le specifiche dei pannelli a LED |
| - 6 settimane | La FIVB deve fornire una bozza iniziale dell'ordine di riproduzione |
| - 4 settimane | Gli Affiliati commerciali devono presentare il materiale grafico per i pannelli a LED per la relativa approvazione |
| - 4 settimane | La FIVB deve confermare il materiale grafico |
| - 2 settimane | La FIVB deve fornire agli organizzatori l'ordine di riproduzione sui pannelli a LED completo |

Nota: in caso discrepanza tra queste linee guida e le clausole e condizioni di qualsiasi Contratto per i diritti, faranno fede queste ultime.

Le presenti linee guida sull'utilizzo sono soggette a modifiche e la versione definitiva sarà fornita entro il 31 dicembre 2016.

2. Requisiti per i tabelloni elettronici/megaschermi

Da fornire a cura della FIVB entro il 28 febbraio 2017.

3. Diritti di licenza e/o merchandising del LOGO della MANIFESTAZIONE

La FN/OC è tenuta a garantire che qualsiasi produttore («Società») incaricato di produrre e/o commercializzare eventuali prodotti concessi in licenza e/o di merchandising potrà agire in tal senso soltanto sulla base della guida di stile prodotto dalla FIVB e può utilizzare soltanto il LOGO COMPOSITO creato dalla FIVB su tali prodotti. In tal caso, la FN/OC deve garantire che la Società si impegni per iscritto a uniformarsi ai seguenti requisiti:

1. OBBLIGHI GENERALI

1.1 La Società conviene:

1.1.1 di produrre o provvedere affinché vengano prodotti Merce e Materiale di imballaggio di buona qualità in quanto a design, materiali e lavorazione e adatti alla finalità prevista;

1.1.2 di astenersi dall'utilizzare sostanze dannose o nocive all'interno della Merce o del Materiale di imballaggio;

1.1.3 che la Merce e il Materiale di imballaggio non provocheranno danni se utilizzati nelle modalità previste e prestando la normale cura;

1.1.4 che la Merce e il Materiale di imballaggio saranno prodotti, commercializzati, pubblicizzati, promossi e venduti o comunque distribuiti nel rispetto di tutte le leggi vigenti;

1.1.5 che tutti, nessuno escluso, i suoi diritti in relazione alla MANIFESTAZIONE e al LOGO della MANIFESTAZIONE si esauriranno sei (6) mesi dopo l'ultimo giorno della MANIFESTAZIONE.

1.2 La Società conviene di produrre la Merce ovvero di provvedere affinché la Merce venga prodotta in quantità sufficienti per rispondere alla domanda verosimilmente prevista. La Società si impegna a vendere la Merce, quanto meno, all'interno e all'esterno

di tutte le sale di gara in cui si svolgono gli incontri della MANIFESTAZIONE, con allestimento da ultimare un'ora prima che i cancelli siano aperti al pubblico, di solito 60-90 minuti prima dell'orario di inizio ufficiale della partita. Qualora la Società desiderasse rimanere aperta dopo la conclusione dell'incontro, potrà farlo fino a un'ora dopo il fischio finale.

La Società dovrà garantire che le sedi di vendita citate nella presente clausola:

- (i) abbiano uno stock formato da almeno il 50% della Merce, rispetto a qualsiasi altro prodotto della Società o di terzi
- (ii) abbiano una decorazione e presentazione generale che offra almeno il 50% di esposizione alla vendita della Merce, rispetto alla vendita di qualsiasi altro prodotto della Società o di terzi.

- 1.3 La Merce deve essere venduta al pubblico soltanto nella modalità in cui articoli commerciali dello stesso genere vengono normalmente venduti al pubblico. La Società si impegna ad astenersi dall'utilizzare o vendere la Merce sotto forma di PREMIUM, ovvero distribuire la Merce a persone che, secondo il giudizio della Società, intendessero utilizzare o vendere la Merce sotto forma di PREMIUM. Ai fini della presente clausola, l'utilizzo o la vendita della Merce sotto forma di PREMIUM indica l'utilizzo o la vendita della Merce in relazione a programmi c.d. *self-liquidating*, programmi di merchandising congiunti, omaggi, programmi di incentivazione delle vendite, «apriporta», generatori di traffico e qualsiasi altro programma promozionale ideato per promuovere la vendita della Merce o di altri beni o servizi della Società o dei suoi affiliati o di terzi.
- 1.4 La Società conviene inoltre di pubblicizzare e promuovere la Merce a proprie spese.
- 1.5 La Società riconosce il notevole avviamento associato ai MARCHI e prende atto che tale avviamento appartiene esclusivamente alla FIVB e che la Società non acquisirà pertanto alcun diritto nei MARCHI. La Società si dovrà astenere dal rivendicare in qualsiasi momento qualsiasi diritto nei MARCHI ovvero dal contestare i diritti detenuti dalla FIVB nei MARCHI. La Società è tenuta ad astenersi dal tentare di ottenere in qualsiasi momento diritti nei MARCHI tramite l'uso, la registrazione o altra modalità in qualsiasi stato, paese o comunque in tutto il mondo. La Società è tenuta ad astenersi dal cercare di registrare o utilizzare o aiutare eventuali terzi a cercare di registrare o utilizzare qualsiasi marchio commerciale o marchio di servizio che, secondo il parere della FIVB, possa risultare confusamente simile ai MARCHI, in qualsiasi stato o paese. Si conviene espressamente che la presente clausola continuerà a rimanere in

vigore anche dopo la risoluzione o scadenza naturale del presente Contratto. Eventuali violazioni dei disposti elencati nel presente paragrafo costituiscono violazione sostanziale del presente Contratto.

1.6 La Società è tenuta ad osservare un'adeguata tenuta contabile relativamente alle date in cui ciascun articolo della Merce viene messo in vendita per la prima volta ovvero venduto in ciascun paese, unitamente alle date di utilizzo, in ciascun paese, di quanto segue: (a) il LOGO COMPOSITO della Merce, il Materiale di imballaggio e il Materiale pubblicitario e (b) le designazioni di cui alla clausola 2 in alto. Su richiesta della FIVB, la Società si impegna a fornire alla FIVB campioni degli utilizzi in questione, unitamente ad altre informazioni che consentano alla FIVB di completare e ottenere registrazioni o domande di design o marchio commerciale, ovvero valutare od opporsi a qualsiasi utilizzo, registrazione o domanda di design o marchio commerciale da parte di terzi.

- La Società conviene di affiggere su tutta la Merce, il Materiale di imballaggio e il Materiale pubblicitario, nonché su eventuali sezioni separate della Merce, del Materiale di imballaggio e del Materiale pubblicitario contenenti il LOGO COMPOSITO e destinate ad essere utilizzate separatamente da parte dell'acquirente, il seguente avviso o qualsiasi altro avviso ragionevolmente specificato per iscritto dalla FIVB: ***Prodotto con licenza ufficiale del Campionato Mondiale Maschile di Pallavolo FIVB Italia-Bulgaria 2018TM***.

- Sulla merce

- o Sull'etichetta di ogni articolo e
- o Su ogni articolo, una leggenda di marchio commerciale TM in corrispondenza della parte inferiore sinistra del LOGO COMPOSITO in un carattere di piccole dimensioni

- Su ogni materiale di imballaggio

- Sul Materiale pubblicitario: sulla superficie principale di ciascun materiale (se si tratta di un catalogo/volantino, nella parte inferiore della prima pagina)

L'autorizzazione rilasciata dalla FIVB alla Società di effettuare la distribuzione pubblica della merce e del Materiale pubblicitario è espressamente vincolata all'effettiva collocazione dell'avviso di copyright su tutta la Merce, il Materiale di imballaggio e il Materiale pubblicitario della Società a nome della FIVB, come sancito dalla presente clausola.

- 1.7 La Società e i suoi affiliati hanno diritto ad utilizzare i propri marchi in associazione al logo della MANIFESTAZIONE ai fini dell'identificazione e della promozione delle sedi di vendita esclusivamente attraverso il LOGO COMPOSITO approvato dalla FIVB ed eventuali designazioni approvate preventivamente dalla FIVB. La Società non ha il diritto, e non consentirà ad alcuno dei suoi affiliati, di utilizzare qualsiasi altra denominazione, marchio commerciale o logo su qualsiasi Merce o qualsiasi Materiale di imballaggio che contenga, rifletta o comunque utilizzi il LOGO COMPOSITO.
- 1.8 La Società e i suoi affiliati hanno il diritto di provvedere affinché la merce o componenti della Merce siano prodotti da un altro soggetto per la vendita, l'utilizzo e la distribuzione esclusiva da parte della Società e dei suoi affiliati. La Società conviene di stipulare un accordo scritto con tutti tali eventuali produttori e di inserire in tali accordi scritti tutti i disposti (e di attuarli nella misura necessaria) per la protezione dei diritti della FIVB contenuti nel presente atto.
- 1.9 La Merce, il Materiale di imballaggio e il Materiale pubblicitario non possono recare alcun logo o altra identificazione che sia diversa dal LOGO COMPOSITO.
- 1.10 La Società si impegna a sottoporre alla FIVB tre (3) campioni di ciascun articolo della Merce per finalità di archiviazione prima del termine della Durata del presente CONTRATTO.
- 1.11 La Società si impegna a tenere indenne, difendere e manlevare la FIVB e la FIPAV da tutti, nessuno escluso, i danni, le perdite, le passività, le penali, le ammende, i costi e le spese (ivi compresi gli oneri legali extragiudiziali, nella misura ragionevole) derivanti da eventuali rivendicazioni sui prodotti avanzate da terzi (comprese eventuali autorità governative), indipendentemente dal fatto che tali rivendicazioni si verificano o meno durante la durata del presente CONTRATTO o dopo la sua scadenza naturale o altra risoluzione. La preventiva approvazione della FIVB di qualsiasi Merce, Materiale di imballaggio o Materiale pubblicitario non influisce sul diritto di manleva qui citato. Per maggiore chiarezza, i disposti della presente clausola rimarranno validi anche dopo la risoluzione o la scadenza naturale del presente CONTRATTO.

2. PROCEDURA DI APPROVAZIONE

- 2.1 La presente clausola si applica a qualsiasi attività intrapresa dalla Società o dai suoi affiliati riguardo a qualsiasi attività della FIVB, sia

ai sensi del presente CONTRATTO che di qualsiasi altro contratto stipulato con la FIVB o con terzi.

- 2.2 La Società prende atto che ogni singolo utilizzo (1) del LOGO COMPOSITO (sulla Merce, sul Materiale di imballaggio e sul Materiale pubblicitario o altrove) o (2) dei MARCHI, nell'ambito delle designazioni approvate dalla FIVB nel presente CONTRATTO, richiede la previa approvazione della FIVB. Questo obbligo si estende anche agli affiliati ed eventuali concessionari di licenza della Società, per i quali la Società risponde nei confronti della FIVB.
- 2.3 La Società è tenuta a sottoporre alla FIVB, per la relativa approvazione, rappresentazioni complete e accurate dei campioni definitivi di qualsiasi materiale che rechi o incorpori qualsiasi MARCHIO o debba essere utilizzato in relazione a qualsiasi MARCHIO. Tali rappresentazioni dovranno essere inviate utilizzando l'email della FIVB approvals.tvn@fivb.org o attraverso qualsiasi altra modalità indicata per iscritto dalla FIVB. Ove richiesto dalla FIVB, la Società provvederà a sottoporre ad approvazione anche i campioni effettivi di tali materiali. Qualora alcuni dei materiali proposti ai sensi della presente clausola non siano in lingua inglese, la Società si impegna a fornire contestualmente una traduzione degli stessi in lingua inglese.
- 2.4 La Società conviene di esaminare e tenere conto dei contenuti del LookBook della FIVB (disponibile sul server ftp che sarà comunicato alla Società) nella preparazione del materiale prima di sottoporlo all'approvazione, al fine di accelerare la procedura di approvazione.
- 2.5 La FIVB è tenuta ad approvare o negare l'approvazione dell'utilizzo del materiale tramite comunicazione scritta da inviare alla Società entro dieci (10) giorni lavorativi dal ricevimento del materiale. Nel caso in cui la FIVB non approvi il materiale in parola nel succitato termine di dieci giorni lavorativi, il materiale sarà da considerarsi non approvato ai fini del presente CONTRATTO.
- 2.6 La FIVB ha il diritto di negare l'approvazione di qualsiasi materiale qualora, a suo giudizio e in buona fede, ritenesse che l'utilizzo di tale materiale danneggi il valore e l'ammortamento associati ai MARCHI ovvero i diritti d'autore o marchi commerciali associati della FIVB in quanto: (i) non soddisfano i criteri generali di qualità previsti dalla clausola 2.1; (ii) l'utilizzo del materiale grafico, dei design o dei concept non descrive con esattezza i MARCHI; (iii) l'utilizzo dei

materiali risulta contrario ai principi etici, immorale o offensivo del buon gusto; (iv) non contengono avvisi adeguati in tema di marchi commerciali o diritti d'autore; (v) la FIVB non ha concesso il suo consenso, a causa di precedenti impegni contrattuali o, a sua discrezione, per la produzione di determinati tipologie di articoli della Merce (ad es.: palloni, occhiali da sole, ecc.); (v) per qualsiasi altro motivo ritenuto ragionevole. Nel caso in cui la FIVB non approvi il materiale fornito ai sensi del presente atto, essa è tenuta a comunicare per iscritto alla Società i motivi specifici alla base della mancata approvazione e la Società è tenuta ad astenersi dal vendere, utilizzare o implementare il suddetto materiale in qualsiasi modo, fino a quando lo stesso non sarà stato rivisto come indicato nella comunicazione inviata dalla FIVB alla Società e riproposto alla FIVB affinché possa approvarlo in conformità alla presente clausola.

- 2.7 Qualora la Società diffondesse tale materiale o utilizzasse comunque i **MARCHI** senza la preventiva approvazione della FIVB, e fatta salva la facoltà della FIVB di esperire altri mezzi di ricorso, la Società è tenuta a togliere dalla circolazione tale materiale e interromperne immediatamente l'ulteriore utilizzo all'atto di ricevimento dell'avviso scritto da parte della FIVB. In caso di inadempienza, la FIVB ha la facoltà di rimuovere detto materiale a spese della Società.
- 2.8 La Società adotterà tutte le misure del caso per garantire che tutte, nessuna esclusa, le persone, a prescindere dalla loro ubicazione, che agiscono per suo conto (o per conto di uno dei suoi affiliati) ai sensi del contratto stipulato tra la Società e la FN/OC siano rese edotte in merito alla presente clausola e comprendano che la non osservanza dei requisiti qui sanciti costituisce violazione sostanziale degli obblighi in capo alla Società.
- 2.9 L'approvazione di un articolo/materiale/designazione da parte della FIVB non deve essere interpretata come: una rinuncia dei diritti della FIVB ovvero degli obblighi della Società ai sensi del presente atto; una conferma della FIVB circa l'osservanza di tali obblighi da parte della Società; una conferma della FIVB riguardo all'osservanza dei diritti di terzi da parte della Società; una concessione di qualsiasi diritto di immagine o sulla proprietà intellettuale detenuto dalla FIVB o da terzi.
- 2.10 La Società è tenuta a non adottare o iniziare ad utilizzare qualsivoglia marchio commerciale o simbolo o marchio o designazione che, secondo il ragionevole giudizio della FIVB, contenga uno qualsiasi dei **MARCHI** o risulti in maniera confusa

simile ai MARCHI o sia una simulazione o imitazione speciosa dei MARCHI o risulti in concorrenza con i MARCHI in maniera scorretta.

4. Vendite sul posto della merce ufficiale e dei prodotti concessi in licenza

Da fornire a cura della FIVB entro il 31 dicembre 2016.

5. ESPERIENZA PALLAVOLISTICA (compreso l'intrattenimento)

Da fornire a cura della FIVB entro il 28 febbraio 2017.

6. PREMIUM ed esposizione commerciale

Da fornire a cura della FIVB entro il 31 dicembre 2016.

7. Linee guida per il TOUR DEL TROFEO

Da fornire a cura della FIVB entro il 31 marzo 2016.

8. Linee guida per le CITTÀ OSPITANTI

Da fornire a cura della FIVB entro il 28 febbraio 2017.

9. Linee guida per la presentazione sportiva e l'intrattenimento

Da fornire a cura della FIVB entro il 28 febbraio 2017.

ALLEGATO 5

DISPOSTI IN MATERIA DI DIRITTI UMANI

1. Aspetti generali

La FIVB e la FN/OC riconoscono l'importanza di garantire il rispetto di determinati diritti umani fondamentali nell'ambito dell'organizzazione, della pianificazione, dello sviluppo e dello svolgimento della MANIFESTAZIONE.

2. Libertà di espressione

2.1 Per un periodo a partire dalla cerimonia di apertura della MANIFESTAZIONE fino al termine della MANIFESTAZIONE medesima, non saranno imposti limiti o restrizioni:

- (a) sulla libertà dei media di fornire una copertura indipendente delle notizie riguardanti la MANIFESTAZIONE e gli eventi correlati
- (b) sull'indipendenza editoriale del materiale trasmesso o pubblicato dai media.

2.2 Durante la MANIFESTAZIONE, l'emittente televisiva ospitante/l'emittente locale/il produttore televisivo locale avranno la facoltà di svolgere con piena autonomia le loro attività di trasmissione nel paese ospitante e qualsiasi altra attività correlata alla MANIFESTAZIONE.

3. Garanzia di diritti equi

3.1 La FIVB e la FN/OC prendono atto e riconoscono l'importanza della MANIFESTAZIONE e il valore della sua immagine per lo sport della pallavolo e convengono di svolgere tutte le attività in un modo che promuova e valorizzi i principi e i valori fondamentali della famiglia della pallavolo - con particolare riferimento al divieto di qualsiasi forma di discriminazione riguardo a un paese o a una persona per motivi di razza, colore, sesso, orientamento sessuale, lingua, religione, opinione politica o di altra natura, origine nazionale o sociale, condizione

economica, nascita o altra condizione - e lo sviluppo dello sport della pallavolo.

3.2 La FN/OC adotterà tutte le misure necessarie per garantire che tutte le attività previste per la MANIFESTAZIONE, relative alla MANIFESTAZIONE o derivanti dalla MANIFESTAZIONE siano svolte nel rispetto della legislazione locale, regionale e nazionale e dei protocolli e degli accordi internazionali applicabili all'interno del TERRITORIO in materia di discriminazione rivolta a un paese o una persona per motivi di razza, colore, sesso, orientamento sessuale, lingua, religione, opinione politica o di altra natura, origine nazionale o sociale, condizione economica, nascita o altra condizione.

3.3 Qualsiasi forma di condotta che sia discriminatoria sulla base di quanto indicato in alto è da considerarsi severamente vietata.

4. Diritti dei lavoratori

4.1 La FN/OC adotterà tutte le misure necessarie per garantire che i progetti di sviluppo e di altra natura necessari ai fini dell'organizzazione della MANIFESTAZIONE rispettino la legislazione locale, regionale e nazionale e i protocolli e gli accordi internazionali applicabili all'interno del TERRITORIO in tema di pianificazione, costruzione, tutela dell'ambiente, salute e sicurezza, leggi sul lavoro e in materia di anticorruzione.

4.2 La FN/OC è tenuta a garantire che tutte le persone che lavorano per la FN/OC riguardo alla pianificazione, all'organizzazione e allo svolgimento della MANIFESTAZIONE ricevano uno stipendio equo, nel rispetto della legislazione locale, regionale e nazionale e dei protocolli e degli accordi internazionali applicabili all'interno del TERRITORIO.

5. Disposti a disciplina delle violazioni dei diritti umani

- 5.1 Qualora la FN/OC violi uno qualsiasi dei disposti qui enunciati a tutela dei suddetti diritti umani fondamentali, la violazione sarà giudicata come reato grave ai sensi del Regolamento disciplinare della FIVB e sarà soggetta alle sanzioni ivi previste.
- 5.2 A suo insindacabile giudizio, la FIVB ha la facoltà di cessare il presente CONTRATTO a seguito di violazioni dei disposti in parola.