

Regolamento della
“SCUDERIA FERRARI CLUB s.c.a r.l.”
(il “Regolamento”)

(Premesse) Il presente Regolamento (il “Regolamento”) costituisce parte integrante dello Statuto (lo “Statuto”) della Società SCUDERIA FERRARI CLUB s.c.a.r.l.” (la “Società”) ed è stato adottato dall’Assemblea dei Soci della Società in data 22 settembre 2006.

Il Regolamento ha validità 3 anni a far tempo dalla sua adozione, la prima scadenza è tuttavia fissata al 31/12/2008. Venuto a scadenza, l’Assemblea provvede ad adottarne uno nuovo od a prorogare il precedente. Nei casi di eccezionale urgenza l’Assemblea lo modifica prima della scadenza naturale. L’Assemblea delibera con quorum costitutivo e deliberativo pari alla maggioranza (50%+1) del capitale sociale.

(Definizioni) I termini sotto elencati hanno il seguente significato:

- per **Società** si intende la SCUDERIA FERRARI CLUB s.c. a r. l.,
- per **Socio** si intende il club (Scuderia Ferrari Club) che detiene una partecipazione nella Società,
- per **Iscritto** si intende la persona fisica che aderisce (e’ associata) al Socio,
- per **Tesserato** si intende la persona fisica associata allo Scuderia Ferrari Club che intende usufruire dei Servizi della Società, pagando un corrispettivo (precisandosi che la distinzione tra Iscritto e Tesserato si pone solo nel primo anno di attività della Società Scuderia Ferrari Club, ove il Socio sia divenuto tale - abbia acquistato una partecipazione nella Società - solo successivamente all’apertura delle sottoscrizioni dei propri iscritti. A partire dal secondo anno di attività, le figure di Iscritto e di Tesserato dovranno coincidere, posto che l’adesione al Socio prevedrà il contestuale tesseramento per la fruizione dei Servizi della Società),

- per **Contratto di Sponsorizzazione** si intende quel contratto con cui un soggetto dietro corrispettivo (in denaro od in natura) od a titolo gratuito si assicura il diritto di essere pubblicizzato, in varie forme e modalità, da un Socio (Sponsorizzazione dei Soci), attraverso l'abbinamento dei rispettivi nomi,
- per **Sponsor FERRARI** si intende uno Sponsor che è utilizzato da FERRARI o dalla Società o dal Gruppo FIAT oppure è fortemente relazionato con i medesimi,
- per **Sponsor Concorrente** si intende uno Sponsor che opera sul mercato in concorrenza con uno Sponsor FERRARI, oppure è in concorrenza con FERRARI o con il Gruppo Fiat,
- per **Manifestazione** si intende l'organizzazione di una aggregazione di persone e/o vetture che ha una relazione con FERRARI. Sono irrilevanti e non vengono considerate nel Regolamento aggregazioni meramente conviviali, culturali, ecc. che non hanno una relazione con FERRARI,
- per **Raduno** si intende una manifestazione che coinvolge la presenza: a) di un numero rilevante di sostenitori di FERRARI e/o b) di un numero rilevante di vetture FERRARI. I Raduni sono organizzati unicamente da FERRARI o da Enti ad essa collegati, quali FERRARI CLUB ITALIA (FCI) od un FERRARI OWNERS' CLUB ESTERO (FOCE), ad es. FERRARI CLUB SVIZZERA. I Raduni sono immediatamente ricollegabili a FERRARI, presentano un elevato livello qualitativo dell'organizzazione, coinvolgono unicamente vetture FERRARI, si svolgono generalmente nell'arco di più giorni, hanno valenza internazionale, nazionale o regionale, presentano un programma definito, comportano una quota di iscrizione, prevedono un'organizzazione logistica, hospitality, ecc.,
- per **Ritrovo** si intende una manifestazione, a carattere locale (provinciale o regionale), organizzata dal Socio o da più Soci, anche con la presenza di vetture FERRARI e che non evoca nel pubblico l'idea di una manifestazione organizzata direttamente da FERRARI, ma che avviene nell'ambito del suo coordinamento. Il

Ritrovo è autorizzato dalla Società mediante pubblicazione sul sito Internet (della Società) nel calendario della Società (il “Calendario”),

- per **Incontro** si intende una manifestazione che ha carattere locale, di natura conviviale/amicale/culturale, organizzata interamente dal Socio, ulteriormente definito all’art. 5.6 che segue. L’Incontro non necessita di autorizzazione della Società.
- per **FERRARI** si intende la società FERRARI S.p.A. con i diritti di proprietà intellettuale ed industriale che vanta, nonché gli Enti ad essa collegati (FERRARI OWNERS CLUB, FERRARI CLUB ITALIA, ecc.),
- per **FERRARI CLUB ITALIA (o ESTERO)** si intende l’associazione che riunisce i proprietari di vetture Ferrari ed alla quale compete, fra l’altro, l’organizzazione di Raduni a carattere sportivo e/o culturale, nei vari paesi del Mondo,
- per **FERRARI OWNERS’ CLUB** si intende l’ente - interno alla Direzione Commerciale & Marketing di FERRARI S.p.A. - che ha il compito di coordinare e supportare la rete di vendita mondiale nella gestione delle associazioni di proprietari di vetture Ferrari, offrendo loro informazioni, servizi e piattaforme comuni per eventi e attività, nonché coordinando e uniformando la loro Corporate Identity.

1. Qualità di Socio

- 1.1 La qualità di Socio si assume con l’acquisto di una quota della Società nelle forme previste per i trasferimenti delle quote di s.r.l.. Il Socio non può acquistare più di una quota della Società. Le quote della Società sono per Statuto intrasmissibili.
- 1.2 Il Socio si determina in assoluta autonomia per quanto concerne la propria vita organizzativa, sociale, culturale ma si conforma ai principi dettati dallo Statuto nonché alle delibere ed alle comunicazioni del C.d.A., della Società e del Comitato di

indirizzo. Il Socio è interamente responsabile degli atti che compie sotto ogni profilo: civile, fiscale, amministrativo e penale.

- 1.3 All'atto dell'assunzione della qualità di Socio esso sarà tenuto a trasmettere alla Società l'elenco aggiornato recante il numero e i nominativi dei propri Iscritti, nel rispetto della normativa in materia di privacy; un ulteriore aggiornamento sarà depositato all'inizio di ogni anno solare.
- 1.4 Il Socio riceve dalla Società o da enti da essa delegata, almeno una volta all'anno, l'elenco nominativo dei Tesserati.
- 1.5 In favore dei Soci sono prestati servizi (i Servizi ai Soci) a fronte del regolare pagamento dei contributi consorziali; conseguentemente, i Servizi ai Soci sono indirettamente prestati anche a tutti gli Iscritti che ne usufruiscono in quanto partecipi della vita del Socio.
- 1.6 Nel caso si ravvisi la necessità di rendere servizi a terzi il C.d.A. della Società opererà in conformità dell'art. 3 dello Statuto, accertato che la prestazione di questi servizi non comporti oneri a carico dei Soci.
- 1.7 ***Il Socio si impegna a segnalare tempestivamente alla Società qualsiasi fatto di cui abbia avuto notizia, ritenuto in contrasto o lesivo dei diritti della Società.***

Il nome SCUDERIA FERRARI CLUB è un marchio/logo registrato di proprietà di FERRARI, concesso in licenza alla Società. I Soci, a seguito di contratto scritto di sublicenza, avranno facoltà di formare la propria denominazione sociale aggiungendo alla locuzione «SCUDERIA FERRARI CLUB», il nome della località sede del Socio: ad es. SCUDERIA FERRARI CLUB MARANELLO. Salvo espressa autorizzazione scritta della Società, non potrà essere aggiunta alcuna altra parola o locuzione.

Nel caso in cui - per particolari motivi, legati, ad esempio, alla storicità del proprio nome originario - non venga esercitata questa facoltà (utilizzo del marchio «SCUDERIA FERRARI CLUB» con aggiunta della località di riferimento), il Socio si dovrà dotare comunque di un nome secondario o di un'insegna (intesa come nome

identificativo del Socio diverso da quello che compare nel suo atto costitutivo) o di un logo identificativo, formati con le stesse modalità, che dovranno essere sempre usati in tutte le occasioni in cui il Socio agisca per gli scopi (istituzionali) previsti dallo Statuto.

Il Socio non può concedere il marchio SCUDERIA FERRARI CLUB in sublicenza o trasferirlo a qualsiasi titolo a terzi, anche se fa parte della sua denominazione; il trasferimento della denominazione del Socio non è ammesso, consistendo in un trasferimento del Marchio (salvo restituzione alla Società del marchio SCUDERIA FERRARI CLUB, cessione della quota e cambiamento della denominazione).

- 1.8 In ogni relazione con i terzi, pertanto, il Socio dovrà utilizzare la propria denominazione formata ai sensi dell'articolo che precede. Il nome può essere usato anche nella denominazione di domini di siti web o nella grafica dei medesimi, ovviamente nell'ambito di quanto previsto nella sublicenza di cui al precedente articolo. Nel caso in cui il Socio abbia uno sponsor, vale quanto indicato al punto 8. del Regolamento.
- 1.9 I Soci hanno, oltre agli obblighi previsti dall'art. 6 dello Statuto, i seguenti ulteriori obblighi: a) pagare puntualmente i contributi consortili ex art. 12 Statuto; b) prestare la collaborazione per la migliore riuscita delle iniziative (e dello scopo) della Società; c) osservare il Regolamento, le delibere dell'Assemblea, del C. d. A. e di ogni altro organo della Società; d) non svolgere attività che possano costituire turbative o danno per la Società o indirettamente per FERRARI ed Enti ad essa collegati;
- 1.10 Nel caso di perdita della qualità di Socio ed, in particolare, nel caso di esclusione/recesso, la Società, su delibera del C. d. A., inibirà al Socio l'uso dei marchi licenziati. Il Tesserato potrà aderire ad altro Socio nel caso il Socio di appartenenza venga a cessare;
- 1.11 Alla nomina dei Soci Onorari e Sostenitori provvede il C.d.A. della Società su parere del Comitato di indirizzo, salvo che per i soggetti previsti dallo Statuto. Il Comitato

di Indirizzo illustra brevemente le qualità del socio Onorario o Sostenitore proposto e le motivazioni che hanno suggerito la nomina. È creato un Elenco dei soci Onorari /Sostenitori liberamente consultabile dai Soci e dai Tesserati.

2. Qualità di Tesserato

- 2.1 I Tesserati (vedi definizioni in testa al presente documento) usufruiscono dei servizi della Società (i “Servizi ai Tesserati” o “Servizi”) attraverso il pagamento di corrispettivi per i Servizi. Nel caso in cui il Tesserato sia un Ente, si considera Tesserato solo la persona fisica che viene indicata nel modulo di iscrizione.
- 2.2 Inoltre, possono essere Tesserati – qualora richiedano la tessera - i familiari entro il primo grado del Tesserato, facenti parte del suo nucleo familiare. Nel caso in cui il familiare in parola sia di età inferiore a 16 anni, verrà rilasciata una tessera Junior; negli altri casi verrà rilasciata una tessera Family. I servizi e vantaggi di queste due ultime tessere sono uguali a quelli previsti per i Tesserati, salvo le limitazioni conseguenti alla minore età dei Tesserati (es. divieto di accesso ai minori negli stabilimenti industriali).
- 2.3 I Tesserati saranno censiti nominativamente in relazione al Socio di appartenenza, sulla base delle tessere personali che essi riceveranno.
- 2.4 I Tesserati non devono iscriversi ad Enti che si pongono come antagonisti con la Società oppure dichiarano di essere sostenitori di FERRARI, ma non aderiscono alla Società o ad Enti ad essa collegati, essendo ciò in contrasto con i principi fondanti dello Statuto. Altresì non devono collaborare alla gestione di manifestazioni antagoniste con FERRARI.
- 2.5 Gli Iscritti (vedi Definizioni e articolo che segue) non Tesserati non hanno diritto di ricevere i Servizi ai Tesserati.

2.6 Quale disposizione transitoria, esclusivamente in relazione al primo anno di attività della Società, si prende atto che il Presidente e gli Organi del Socio faranno tutto quanto ragionevolmente possibile per fare in modo che il maggior numero di Iscritti diventi Tesserato. Ad ogni buon conto, in relazione al primo anno di attività della Società, il Socio non dovrà avere meno di n. 50 Tesserati, salvo le eccezioni previste dallo Statuto.

3. I Servizi ai Soci

3.1 I Servizi verso i Soci sono i seguenti:

- (i) rilascio di Targa identificativa del Socio;
- (ii) fornitura di carta da lettere e buste personalizzate, annuario, manifesti per la decorazione della sede del Socio, secondo quantitativi valutati opportuni dalla Società;
- (iii) disponibilità di personale FERRARI quale ospite in occasione di eventi organizzati dal Socio (condizionatamente all'ordine ed al numero delle richieste pervenute ed agli impegni del personale interessato);
- (iv) coordinamento con le iniziative di FERRARI, coordinamento e supporto tra la Società ed i Soci, tra i Soci, tra Soci e FERRARI;
- (v) disponibilità di utilizzo gratuito di un sottodominio di www.scuderiaferrariclub.gp - di proprietà FERRARI, del tipo www.maranello.scuderiaferrariclub.gp o altra simile - e la configurazione del sottodominio stesso (con puntamento a indirizzo IP);
- (vi) possibilità di acquisto di "memorabilia" FERRARI facenti parte della collezione dedicata ai Soci.

3.2 Il C.d.A. della Società provvede ad integrare od implementare i servizi in base alle esigenze della Società, nel rispetto dei principi previsti all'art. 14 dello Statuto ed in base alle indicazioni del Comitato di Indirizzo.

4 I Servizi ai Tesserati

4.1 I Servizi ai Tesserati non sono usufruibili dagli Iscritti.

4.2 I Servizi ai Tesserati sono i seguenti:

- (i) tessera individuale numerata con rinnovo annuale;
- (ii) accesso alla community dedicata tramite il sito web: www.scuderiaferrariclub.gp;
- (iii) invio tramite e-mail, all'indirizzo comunicato dal Tesserato (attraverso il modulo di iscrizione), di un report ufficiale su ogni Grand Prix F1 al termine di ciascuna gara;
- (iv) accesso a manifestazioni specificamente organizzate per i Soci presso la pista di Fiorano (MO), o Mugello (FI), o presso altre località, di volta in volta identificate;
- (v) accesso a test della squadra di F1, "Scuderia Ferrari-Marlboro", fino ad esaurimento dei posti disponibili nelle giornate e nei luoghi previsti dal calendario della Società;
- (vi) accesso gratuito alla tribuna FERRARI in occasione dei Grand Prix di Formula Uno, di Monza ed Imola nelle giornate di venerdì, fino ad esaurimento dei posti disponibili;
- (vii) sconto (da EUR 12 a EUR 7) sul prezzo del biglietto d'accesso alla Galleria FERRARI;

- (viii) sconto sul prezzo del biglietto di eventi organizzati da FERRARI, in cui sia previsto il pagamento di un biglietto d'accesso, eventi previsti nel Calendario della Società;
- (ix) sconto del 20% (venti per cento) sugli acquisti presso il Ferrari Store di Maranello, (MO);
- (x) possibilità di visita agli stabilimenti FERRARI a Maranello (MO), fino ad esaurimento dei posti disponibili;
- (xi) possibilità di acquisto di "memorabilia" FERRARI facenti parte della collezione dedicata ai Soci.

4.3 Il C.d.A. della società provvede ad integrare od implementare i servizi in base alle esigenze della società, nel rispetto dei principi previsti all'art. 14 dello Statuto.

5. Le Manifestazioni

5.1 In deroga a quanto previsto dall'art. 9 ultimo comma dello Statuto, possono essere organizzate dai Soci i seguenti tipi di Manifestazioni: I Ritrovi e gli Incontri.

I Ritrovi sono riportati nel Calendario della Società, tenuto conto delle indicazioni di Ferrari e dei suoi enti o enti collegati (es. FERRARI CLUB ITALIA). E', invece, riservata a FERRARI ed enti collegati l'organizzazione dei Raduni (cioè le Manifestazioni automobilistiche più importanti, che hanno un'ufficialità nazionale od internazionale, prevedono solo la partecipazione di vetture FERRARI e si prolungano, generalmente, oltre la giornata). Le date dei Raduni e di eventuali eventi organizzati da FERRARI saranno inserite nel Calendario della Società. Nel presente Regolamento vengono, comunque, unicamente disciplinati i Ritrovi e gli Incontri.

5.2. I Ritrovi, come definiti nelle premesse del presente Regolamento, sono Manifestazioni organizzate dai Soci, soli o con altri Soci e/o od in collaborazione con altri Enti, hanno carattere locale (provinciale o regionale), sono in genere legate

ad una ricorrenza (es. Festa del Cavallino Rampante di Lugo, anniversario di un Socio), hanno finalità meramente istituzionali e non commerciali e vi possono partecipare gli Iscritti/Tesserati del Socio. Nel caso l'organizzatore voglia estendere la partecipazione agli aderenti del FERRARI CLUB ITALIA o del FERRARI OWNERS' CLUB, il medesimo Socio organizzatore chiede l'autorizzazione a questi Enti. L'organizzatore dovrà, con ampio anticipo, trasmettere alla Società eventuali volantini, manifesti, mezzi pubblicitari che intende realizzare/utilizzare. Il Ritrovo deve essere approvato dalla Società - mediante inserimento del Ritrovo nel Calendario della Società - la quale dovrà essere tenuta costantemente informata dell'organizzazione.

- 5.3 I Ritrovi rientrano nella vita sociale, aggregativa, culturale del Socio, pur avendo in essi ampia visibilità il nome e l'immagine di FERRARI. E' immediatamente percepibile il fatto che la loro organizzazione non è (a cura) di FERRARI ma dello specifico Scuderia Ferrari Club "X". Tale differenziazione appare già nel nome (Ritrovo) che viene dato alla manifestazione. Per evitare conflitti con diritti di proprietà intellettuale/industriale di FERRARI e' richiesto al Socio di usare la locuzione "Ritrovo SCUDERIA FERRARI CLUB X" e, per nessun motivo, altre locuzioni quali, ad es., quella di "Ritrovo FERRARI".
- 5.4 Allorché il Socio intenda organizzare un Ritrovo, per evitare sovrapposizioni di date, dovrà osservare la seguente procedura: avvisa la Società del Ritrovo e delle modalità, preferibilmente tale avviso verrà dato entro il mese di novembre dell'anno precedente il Ritrovo, cosicché la Società possa verificare eventuali concomitanze di date con Raduni e/o eventi FERRARI e/o con altre Manifestazioni inserite nel Calendario della Società. Successivamente a tali date, il Ritrovo potrà essere accettato ed inserito in Calendario della Società qualora comunque non interferisca con altre manifestazioni e/o eventi di FERRARI. Nel caso ravvisi una sovrapposizione di date, anche per i Ritrovi già approvati, la Società farà il possibile per coordinare le

diverse Manifestazioni, riservandosi la possibilità di chiedere modifiche al programma approvato.

- 5.5 L'Incontro è una manifestazione con rilevanza locale e natura amicale/conviviale con o senza la presenza di vetture FERRARI; è gestito interamente dal Socio, senza comunicazioni esterne e/o pubblicità esterna, senza rapporti di sponsorizzazione fra il Socio organizzatore e terzi: questa forma organizzativa è riconosciuta immediatamente dagli appassionati come organizzata direttamente dal Socio Scuderia Ferrari Club "X". L'Incontro presenta aspetti organizzativi limitati all'Iscritto/Tesserato. E' correttamente descritto con la locuzione "Incontro SCUDERIA FERRARI CLUB in X". L'Incontro non necessita di autorizzazione da parte della Società.
- 5.6 Il Socio eviterà che il Ritrovo e l'Incontro, per le modalità con i quali sono organizzati, si risolvano in Manifestazioni che recano pubblicità ad un soggetto terzo non facente parte della Società ed interessato a sfruttare il nome FERRARI, salvo – in ipotesi di Ritrovo - non sia uno Sponsor del Socio (secondo le modalità di cui di seguito).
- 5.7 Si fa espresso divieto al Socio di organizzare gare/gimcane, competizioni con autovetture FERRARI.
- 5.8 In generale, ove sia richiesto il patrocinio della Società per la Manifestazione, il Socio dovrà sottoporre alla Società il programma relativo almeno 90 giorni prima della data della Manifestazione medesima.

6. Contributi / Corrispettivi

Per il periodo di validità del Regolamento vengono fissati gli importi delle quote nel modo seguente:

- (i) I contributi/corrispettivi validi sino al 31 dicembre 2008 sono indicati nel presente Regolamento;
- (ii) in relazione alle altre annualità, i contributi/corrispettivi sono determinati annualmente dall'assemblea della Società; ove questa non vi provveda gli importi dei contributi/corrispettivi dell'anno precedente saranno considerati prorogati nell'esercizio successivo;
- (iii) contributo fisso a carico del Socio: € 200,00 in ragione d'anno solare, dovuto in toto anche se versato ad anno già iniziato. E' dovuto entro il 31 marzo di ciascun anno;
- (iv) corrispettivo a carico del Tesserato: 24,00 euro (€ 20,00 più I.V.A.) e 6,00 Euro (a € 5,00 più I.V.A.), in ragione di 12 mesi, rispettivamente per le tessere Junior o Family. E' dovuto al momento della richiesta di emissione della tessera da parte della Società. La tessera verrà emessa dalla Società solo dopo il pagamento del corrispettivo.

La tessera scade al 31/12 dell'anno di emissione, se il pagamento del corrispettivo è stato effettuato prima del 30/6 dell'anno di emissione medesimo; mentre scade al 30/6 dell'anno successivo all'anno di emissione, se il pagamento del corrispettivo è stato effettuato dopo il 30/6 dell'anno di emissione.

Il rinnovo dovrà essere effettuato entro la data di scadenza della tessera stessa.

- (v) Non sono tenuti al pagamento di contributi i soci Onorari o Sostenitori.

7. Merchandising e Siti Internet

- 7.1 L'uso del marchio "SCUDERIA FERRARI CLUB" (il "Marchio") è regolato dalla licenza denominata "licenza d'uso del Marchio SCUDERIA FERRARI CLUB " di cui al precedente art. 1.7, ove si precisa che è fatto divieto al licenziatario di svolgere ogni attività di merchandising, franchising o licensing per fini commerciali o non. La licenza viene allegata al Regolamento come doc. 1). A mero titolo esemplificativo, pertanto, nessun Socio potrà produrre o far produrre gadget ed oggetti di qualunque tipo, anche elettronici, utilizzando il marchio FERRARI e/o il nome della Società o del Socio stesso.
- 7.2 I prodotti realizzati con il nome del Socio sono ideati e realizzati in via esclusiva dalla Società. Pertanto, nel caso in cui il Socio intenda disporre di prodotti con la propria denominazione (es. magliette, cappellini, portachiavi, etc.), poiché quest'ultima comprende il Marchio, dovrà rivolgersi alla Società la quale, ove accolga la richiesta, comunicherà al Socio le tempistiche e le modalità di realizzazione dei prodotti; la Società specificherà altresì il nome del produttore terzo - ed i controlli che intende effettuare sulla produzione - ove decida di delegare a questi la produzione in parola. Sono realizzabili solo piccole quantità di prodotti. Per piccole quantità si intende un numero di prodotti approssimativamente vicino al numero dei Iscritti/Tesserati.
- 7.3 Il Socio è l'unico canale distributivo della Società per quanto riguarda questi prodotti o quelli con il nome della Società; essi non vengono distribuiti dalla Società o da FERRARI. La lista dei prodotti realizzabili è diffusa dalla Società al Socio.
- 7.4 La distribuzione di questi prodotti potrà avvenire presso la sede del Socio o in occasione delle sue Manifestazioni.
- 7.5 Nel caso in cui il Socio richieda che su questi determinati prodotti venga inserito anche il nome di uno sponsor, dovrà richiedere alla Società autorizzazione.
- 7.6 Nel rispetto delle indicazioni fornite dalla Società, e su richiesta, verrà concesso ai Soci apposito sottodominio per la creazione di un proprio sito Internet. Tale sito - che verrà realizzato dai Soci secondo le indicazioni grafiche, di contenuto e di nome

del dominio messe a disposizione dalla Società ed ai sensi di quanto eventualmente disciplinato dal contratto di licenza del marchio (art. 7.1), - verrà approvato dalla Società prima della messa on line. Eventuali modifiche sostanziali (come ad esempio la creazione di una nuova sezione) dovranno essere a loro volta approvate prima della messa on line. La Società si riserva la possibilità e il diritto di disattivare (anche solo temporaneamente) il sottodominio nel momento in cui siano riscontrate realizzazioni contrastanti con quanto previsto nello specifico e/o in generale con i principi dello Statuto o del presente Regolamento.

- 7.7 E' consentita la pubblicità del Socio, a proprio favore (ad es, in occasione della campagna annuale tesseramenti), restando vietata l'indicazione di qualsiasi sponsor.

8. Sponsorizzazioni dei Soci

- 8.1 Gli sponsor dei Soci si dividono in Sponsor Principali e Sponsor Sostenitori. I primi sono partner continuativi del Socio, ma il relativo accordo, **di regola**, non può avere una durata superiore a 12 mesi, in relazione alle possibili incompatibilità che possono verificarsi con uno Sponsor FERRARI.

Posto che l'incompatibilità può anche essere "sopravvenuta", i Soci dovranno prevedere sempre nel contratto di sponsorizzazione tale eventualità, al fine di non entrare in contrasto con i programmi e le opportunità di sponsorizzazione di FERRARI.

Gli Sponsor Principali compaiono nella comunicazione del Socio, nella sua carta intestata, nel suo eventuale sito internet. Gli Sponsor Sostenitori sono legati al Socio da un rapporto occasionale, hanno minor visibilità dello Sponsor Principale nella comunicazione, compaiono nel materiale informativo della Manifestazione (Raduno/Incontro) organizzata dal Socio.

- 8.2 Ciascun Contratto di Sponsorizzazione concluso da un Socio con un soggetto terzo dovrà essere sottoposto alla preventiva approvazione scritta (che include l'approvazione via e-mail, fax, ecc.) del C.d.A. della Società, ai sensi dell'art. 9 dello Statuto il quale, per esigenze di speditezza, potrà delegarla ad un proprio incaricato.
- Il C.d.A dovrà dare o negare la propria approvazione per iscritto, a propria discrezione tecnica ma, comunque, secondo buona fede e per comprovati motivi.
- 8.3 Il mezzo promozionale sia nella grafica che nel contenuto è soggetto all'approvazione di cui al comma che precede.
- 8.4 Salvo casi eccezionali autorizzati per iscritto dalla Società non sono consentiti da parte dei Soci Contratti di Sponsorizzazione che contengano clausole bilaterali di sponsorizzazione, in cui anche lo Sponsor utilizza la denominazione del Socio o il suo logo, in toto od anche in parte. Nella sostanza, solo il Socio sponsorizzato può fare uso del nome dello sponsor.
- 8.5 La Società' comunica ai Soci, con cadenza periodica, l'elenco dei propri Sponsor e degli Sponsor FERRARI al fine di evitare che i Soci concludano Contratti di Sponsorizzazione con uno Sponsor Concorrente, contravvenendo così allo Statuto e al presente Regolamento.
- 8.6 Nel caso in cui il rapporto di concorrenza non sia di immediata percezione, in quanto le due aziende considerate (lo Sponsor FERRARI e lo Sponsor Concorrente) non operano sulla stesso mercato, ma su mercati attigui (ad es. uno Sponsor FERRARI è un produttore di benzine per veicoli, lo sponsor del Socio è un produttore di oli lubrificanti, ma non di benzine), il Socio chiederà un parere preventivo in proposito alla Società sulla sussistenza di un rapporto di concorrenza.
- 8.7 I Contratti di Sponsorizzazione devono essere redatti per iscritto ed in osservanza delle norme vigenti, in particolar modo di quelle fiscali.
- E' prevista la possibilità per il Socio di stipulare un contratto di sponsorizzazione anche in forma orale solo dopo aver richiesto approvazione alla Società in forma

scritta e aver indicato previamente gli elementi essenziali del contratto di sponsorizzazione, nel modulo predisposto all'uso dalla Società.

- 8.8 In linea di principio generale, non possono essere utilizzati Sponsor che possono compromettere la reputazione della Società o di FERRARI o di Enti ad essa collegati.

9. Comitato di Indirizzo – Sottocommissioni

- 9.1 Le funzioni del Comitato di indirizzo (il "Comitato"), così come indicato all'art. 16 dello Statuto, sono di indirizzo programmatico e consultivo.
- 9.2 Il Comitato sottopone con cadenza semestrale al C.d.A. una relazione su quelle che a suo giudizio devono essere le iniziative da assumere nel breve, medio e lungo periodo, in conformità con i principi statutari.
- Nella relazione annuale degli Amministratori presentata in sede di approvazione di Bilancio si dà conto delle principali osservazioni del Comitato.
- 9.3 Il Comitato provvede, inoltre, a proporre i nominativi dei soci Onorari e Sostenitori a norma dell'art. 1.11 del presente Regolamento.
- 9.4 Il Comitato di indirizzo elegge a maggioranza un Presidente ed un Segretario tra i propri componenti.
- 9.5 Le delibere del Comitato sono redatte per iscritto in lingua italiana od inglese.
- 9.6 Il Comitato provvede, inoltre, alla nomina di almeno n. 3 Sottocommissioni chiamate ad operare, a titolo esemplificativo, nelle seguenti aree: Sport, Rapporti con FERRARI, Organizzazione.
- 9.7 Ogni Sottocommissione è composta da almeno n.5 membri facenti parte del Comitato di Indirizzo. La Sottocommissione elegge un Presidente ed un Segretario. Le delibere della Sottocommissione sono redatte per iscritto in lingua italiana od

inglese. Le delibere una volta assunte e redatte per iscritto sono inviate al Segretario del Comitato di Indirizzo.

- 9.8 I Soci italiani faranno in modo che ogni Regione esprima un proprio membro, così da assicurare una diffusa rappresentatività in seno al Comitato.

10. Ingresso di Nuovi Soci

Per raggiungere un'equilibrata copertura del territorio ed evitare sovrapposizioni si farà in modo di avere, tendenzialmente, la presenza di un solo Socio per ogni città, dando comunque priorità alla presenza di un Socio nel capoluogo di provincia per l'Italia o nelle capitali per l'estero. Qualora pervengano domande d'associazione da aree adiacenti a zone già interessate dall'attività di un Socio esistente, queste verranno esaminate dal Consiglio di Amministrazione, sentiti i Soci territorialmente interessati. Il Consiglio di Amministrazione valuterà la situazione non tenendo conto unicamente del parametro territoriale.

11. Codice Deontologico

L'organo amministrativo dispone perché la Società adotti il Codice etico di comportamento del Gruppo FIAT.