



Polo del '900

Fondazione Polo del '900

REGOLAMENTO RECANTE LE PROCEDURE PER I CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Ai sensi dell'art. 19 e 151 del Decreto Legislativo 18 aprile 2016 n. 50



Polo del '900

INDICE

Art. 1 Oggetto e finalità

Art. 2 Definizioni

Art. 3 Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione ed esclusioni

Art. 4 Procedura di sponsorizzazione

Art. 5 Scelta dello sponsor

Art. 6 Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

Art. 7 Contratto di sponsorizzazione



Polo del '900

Articolo 1

Oggetto e finalità

1.1 Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dalla Fondazione, in attuazione degli artt. 19 e 151 del Codice.

1.2 In particolare il presente Regolamento disciplina i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, nelle iniziative, nei progetti, negli eventi culturali, sociali, ricreativi e altro, promossi dalla Fondazione, nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, tempestività, correttezza, libera concorrenza, non discriminazione, trasparenza, proporzionalità, pubblicità.

Articolo 2

Definizioni

2.1 Ai fini del presente Regolamento si intende:

a) per “**contratto di sponsorizzazione**”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore di un'altra parte (sponsorizzato o sponsee) la quale le garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto;

b) per “**sponsor**”: il soggetto che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con la Fondazione;

c) per “**sponsorizzato** (o sponsee)”: il soggetto che mette a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, cioè la Fondazione;

d) per “**sponsorizzazione**”: ogni corrispettivo in denaro (“**sponsorizzazione di puro finanziamento**”), ovvero ogni prestazione in beni o in servizi (“**sponsorizzazione tecnica**”), diretta o indiretta, proveniente dallo sponsor allo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi ottenere un beneficio d'immagine.

2.2 Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella dazione di un corrispettivo in denaro ovvero in un risparmio di spesa, ovvero ancora nella realizzazione di lavori o nella prestazione di servizi o forniture, a vantaggio della Fondazione.

2.3 La Fondazione si riserva la facoltà di stipulare dei contratti di “**co-sponsorizzazione**”, intendendo indicare, con tale espressione, quei contratti a prestazioni corrispettive in cui entrambe le parti contraenti assumono reciprocamente la qualità di sponsor e di sponsorizzatore. In tal caso, entrambe le parti, da un lato, garantiscono all'altro contraente la possibilità di pubblicizzare in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili; dall'altro lato, entrambi (sponsor e sponsorizzato) traggono vantaggio dalla visibilità/pubblicità derivatagli dal contratto.

Articolo 3

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione ed esclusioni

3.1 Il ricorso alle sponsorizzazioni può riguardare tutte le iniziative, i lavori, i beni ed i servizi previsti a carico



Polo del '900

del bilancio della Fondazione.

3.2 La Fondazione può rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione, nonché recedere dal contratto eventualmente già stipulato, qualora:

a) ritenga che possa esserci un conflitto tra le finalità della Fondazione e la sponsorizzazione nonché tra l'attività svolta dalla Fondazione e quella dello sponsor;

b) ravvisi nel messaggio sponsorizzato un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;

c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi etici, morali o di pubblico interesse.

3.3 La Fondazione si riserva, in ogni caso, la facoltà di non accogliere richieste di sponsorizzazione, a suo insindacabile giudizio, per motivi di inopportunità.

3.4 Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che non sono in possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 80 del Codice.

Articolo 4

Procedura di sponsorizzazione

4.1 Per le sponsorizzazioni di lavori, servizi o forniture di importo superiore ad € 40.000, mediante dazione di danaro o accollo di debito o altra modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, l'affidamento avviene secondo le modalità di cui al successivo articolo 5 del presente Regolamento.

4.2 Ai suddetti operatori economici sarà richiesto il possesso dei requisiti di cui all'art. 80 del Codice.

4.3 Per le sponsorizzazioni tecniche e cioè quando lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori dettate dal Codice. In tal caso la Fondazione impartisce, di volta in volta, opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture, alla direzione dei lavori ed al collaudo.

4.4 Nei casi di cui al precedente punto 4.3, ai suddetti sponsor è richiesto il possesso dei requisiti di cui all'art. 80 del Codice, nonché il possesso dei requisiti degli esecutori prescritti dal Codice per prestazioni di pari importo, affidate con le procedure ordinarie di scelta del contraente.

4.5 Nei casi di sponsorizzazioni miste, effettuate in parte con contributi in denaro ed in parte con la prestazione da parte dello sponsor, di lavori, servizi o forniture, si applica la disciplina di cui al precedente punto 4.1 ovvero quella di cui al precedente punto 4.3, a seconda che prevalga, in termini economici, la sponsorizzazione in denaro piuttosto che quella tecnica.

4.6 Nel caso di co-sponsorizzazione, si applica la disciplina relativa alla sponsorizzazione di riferimento (quella in denaro o quella tecnica) di cui ai precedenti punti 4.1 e 4.3. In tal caso, si assume quale controvalore della prestazione, il valore di mercato dello spazio pubblicitario concesso reciprocamente da una parte all'altra.

4.7 Per sponsorizzazioni inferiori ad € 40.000, è consentito l'affidamento diretto ad uno o più sponsor, pur



Polo del '900

sempre in possesso dei requisiti di cui all'art. 80 del Codice. In tal caso la Fondazione pubblicherà sul proprio sito internet: il soggetto sponsor, l'oggetto della sponsorizzazione e l'importo della sponsorizzazione.

4.8 Oltre ai casi di cui al precedente punto 4.7, l'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione è altresì consentito nei seguenti casi:

- a) nel caso in cui sia stata esperita infruttuosamente la procedura di cui al precedente punto 4.1;
- b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e le caratteristiche dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione, ovvero ragioni di natura tecnica o artistica o attinenti alla tutela di diritti esclusivi, limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.

Articolo 5

Scelta dello sponsor

5.1 La scelta dello sponsor, per i casi di cui al precedente art. 4.1, è effettuata mediante procedura selettiva previa pubblicazione di apposito avviso, per almeno trenta giorni, sul sito internet della Fondazione, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi.

5.2 L'avviso dovrà indicare almeno:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- i requisiti di partecipazione alla procedura;
- il termine di presentazione delle offerte, che non può essere in ogni caso inferiore a 30 giorni;
- i criteri di valutazione per la scelta dello sponsor;
- il Responsabile del Procedimento;
- eventuali elementi del contratto oggetto di negoziazione;
- ogni altra condizione ritenuta utile.

5.3 Una volta trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, si procederà con la valutazione delle offerte nel rispetto dei criteri stabiliti dall'avviso.

5.4 Il contratto può essere liberamente negoziato tra gli operatori che abbiano manifestato l'interesse, limitatamente alle parti individuate dalla Fondazione come suscettibili di negoziazione.

Articolo 6

Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

6.1 Nel caso in cui pervenga alla Fondazione, da parte di un potenziale sponsor, una proposta spontanea di sponsorizzazione, la Fondazione, accertata l'opportunità e la meritevolezza della proposta, predispone apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 5.1, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore. Alla pubblicazione dell'avviso seguirà la procedura selettiva di cui al precedente art. 5.

6.2 Nell'avviso di cui al punto precedente, è previsto il diritto di prelazione del soggetto promotore. Terminata la procedura di scelta dello sponsor, all'originario promotore sarà infatti riservato il diritto di adeguare la propria proposta a quella risultata vincitrice del procedimento di selezione. Nel caso di adeguamento della proposta da parte del promotore originario, questi sarà dichiarato aggiudicatario.



Polo del '900

Articolo 7

Contratto di sponsorizzazione

7.1 Qualsiasi sponsorizzazione, indipendentemente che venga affidata con le modalità di cui ai precedenti punti 4.1, 4.3, 4.5, 4.6 o 4.7, viene regolata da apposito contratto scritto, stipulato a pena di nullità, con atto pubblico notarile informatico, ovvero, in modalità elettronica secondo le norme vigenti per ciascuna stazione appaltante, o mediante scrittura privata ovvero mediante corrispondenza secondo l'uso del commercio consistente in un apposito scambio di lettere, anche tramite posta elettronica certificata o strumenti analoghi negli altri Stati membri, ai sensi dell'art. 32, comma 14 del Codice Appalti.

7.2 Al fine di garantire pubblicità e trasparenza dell'operato della Fondazione, quest'ultima pubblica le informazioni previste dalla normativa vigente, tra le quali l'eventuale procedura esperita ed i relativi esiti, nonché la motivazione delle scelte effettuate.