

REGOLAMENTO GENERALE SPONSORIZZAZIONI

SETTEMBRE 2016

ART. 1 – PREMESSA E PRINCIPI

MUS.E, associazione partecipata dal Comune di Firenze, nell'affidamento dei contratti pubblici di servizi, forniture e lavori, nonché nella stipula dei contratti di sponsorizzazione, agisce nel rispetto delle norme del D.Lgs. 50/2016 e ss.mm. recante il nuovo Codice dei Contratti Pubblici, delle relative linee guida attuative ANAC emanate ed emanande e delle altre norme nazionali e regionali compatibili.

Il presente regolamento costituisce fonte integrativa e di dettaglio rispetto alla suddetta normativa ed è finalizzato a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e dei principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità.

In ogni caso l'attività di MUS.E finalizzata all'affidamento dei contratti disciplinati dal presente Regolamento è ispirata ai principi comunitari ed in particolare al rispetto della concorrenza e della non discriminazione fra i possibili concorrenti, alla trasparenza dei comportamenti in tutta la fase concorsuale e negoziale, nonché all'efficienza e all'efficacia dell'azione aziendale, in un congruo bilanciamento tra i suddetti principi.

Le disposizioni di cui al presente regolamento debbono intendersi sostituite, modificate, abrogate ovvero disapplicate automaticamente, ove il relativo contenuto sia incompatibile con sopravvenute inderogabili disposizioni legislative o regolamentari.

ART. 2 – DEFINIZIONI

Ai fini del presente Regolamento si intende per *contratto di sponsorizzazione* un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto (*sponsor*) – pubblico o privato, persona fisica o persona giuridica – si obbliga a versare una somma di denaro e/o a fornire beni o servizi e/o ad effettuare lavori a favore dell'Associazione MUS.E, la quale garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti o i servizi dello sponsor, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal singolo contratto.

L'obbligazione che l'Associazione MUS.E assume con lo sponsor costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto è da intendersi adempiuta quando i *benefits* per come concordati siano stati inseriti nell'iniziativa ed indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine.

Ai fini del presente Regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta all'Associazione MUS.E, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dall'associazione stessa.

Del pari, ai fini del presente Regolamento, non costituisce sponsorizzazione la possibilità di prevedere, nell'ambito di rapporti di fornitura da parte di terzi, condizioni negoziali migliorative quale contropartita di visibilità o pubblicità per conto del fornitore.

ART. 3 – PROGRAMMAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

MUS.E pubblica sul proprio sito internet il programma, sempre aggiornato, delle iniziative, degli eventi e delle attività sponsorizzabili, nonché gli avvisi relativi alle nuove procedure volte all'individuazione di sponsor.

In ogni avviso vengono specificate le modalità di partecipazione alla singola sponsorizzazione ed in ogni caso sul sito istituzionale dell'associazione viene messo a disposizione apposito modulo per inoltrare l'offerta di partecipazione stessa.

I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati anche su iniziativa spontanea dei candidati *sponsor* ed in tal caso, qualora l'importo della sponsorizzazione finanziaria sia di importo superiore ai 40.000 euro (IVA esclusa) MUS.E pubblica sul proprio sito internet apposita comunicazione dell'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto, che potrà essere liberamente negoziato trascorsi 30 giorni dalla pubblicazione e fermo restando il rispetto dei principi di imparzialità e parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse.

ART. 4 – VALUTAZIONE DELLE PROPOSTE e AFFIDAMENTO

Ricevuta una proposta di sponsorizzazione da un candidato sponsor, l'Associazione MUS.E ne valuta l'interesse, l'assenza di conflitti di interesse, l'adeguatezza del messaggio o delle immagini da divulgare, la mancanza di elementi che possano pregiudicare l'immagine dell'associazione.

Nell'ambito della valutazione l'Associazione MUS.E può indicare al proponente adeguamenti della proposta che ritiene utili od opportuni.

In caso di esito negativo della suddetta valutazione, l'Associazione MUS.E è libera di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione, nonché, se l'esito negativo sopraggiunge in fase avanzata della procedura, di recedere dal contratto eventualmente sottoscritto.

In caso di esito positivo della suddetta valutazione, l'Associazione MUS.E, verificata altresì la compatibilità con le previsioni dell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, nonché il rispetto delle disposizioni nazionali sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori e l'assenza dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016, procede alla stipula del singolo contratto con lo sponsor.

ART. 5 – DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI ESCLUSIVE

L'Associazione MUS.E si riserva il diritto di riconoscere diritti di esclusiva, generale o merceologica, a tutti i soggetti che ne facciano richiesta.

Qualora pervenissero proposte di sponsorizzazione esclusiva da parte di più soggetti o di più soggetti appartenenti allo stesso settore merceologico, l'Associazione definirà secondo i principi del rispetto della concorrenza e della non discriminazione fra i possibili concorrenti, della trasparenza dei comportamenti, nonché all'efficienza, efficacia ed economicità dell'azione aziendale quale tra le varie proposte sia da accogliere.

ART. 6 – NEGOZIAZIONE DIRETTA

Nelle ipotesi in cui non pervengano per un'iniziativa, evento o attività proposte adeguate di sponsorizzazione da parte di soggetto idoneo entro 30 giorni dalla pubblicazione degli avvisi di cui all'art. 3 del presente Regolamento, MUS.E potrà procedere a negoziazione diretta di eventuali sponsorizzazioni.

MUS.E potrà comunque procedere a negoziazione diretta:

- a) in casi di urgenza oggettiva, motivata dalla particolare natura e/ dalle particolari caratteristiche dell'evento oggetto di sponsorizzazione
- b) in caso di sponsorizzazioni finanziarie il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa)

ART. 7 – PUBBLICITA'

Di tutte le sponsorizzazioni concluse verrà data informazione sul sito internet dell'Associazione.

ART. 8 – AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata sulla base delle previsioni del presente Regolamento direttamente dall'Associazione MUS.E, la quale, tuttavia, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor, anche per un singolo evento determinato, a soggetti da individuare tramite le procedure sugli appalti di servizi previste dalla legge.

ART. 9 ASPETTI CONTABILI E FISCALI

Normale fatturazione per sponsorizzazioni finanziarie. Spese relative alla stipula del contratto di sponsorizzazione e alla sua eventuale registrazione, solo in caso d'uso, interamente a carico dello sponsor.