



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MODENA E REGGIO EMILIA**  
Direzione Legale, Affari Istituzionali e Generali

**REGOLAMENTO  
PER LA GESTIONE  
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

## **Indice**

- Art 1 Finalità**
- Art 2 Condizioni**
- Art 3 Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**
- Art 4 Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**
- Art 5 Esclusioni**
- Art 6 Contratto di sponsorizzazione**
- Art 7 Diritto di rifiuto**
- Art 8 Versamenti dei proventi da sponsorizzazione**
- Art 9 Aspetti Fiscali**
- Art 10 Verifiche e Controlli**
- Art 11 Ammissibilità**
- Art 12 Divieti**
- Art 13 Trattamento dei dati personali**
- Art 14 Foro competente**
- Art 15 Riserva Organizzativa**
- Art 16 Norme di rinvio**
- Art 17 Entrata in vigore**

## Art. 1 - Finalità

1 - Il presente Regolamento disciplina i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di *sponsorizzazione* e conseguente scelta dello *sponsor*, da parte dell'Ateneo per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

## Art. 2 – Condizioni

1 - Il ricorso al contratto di *sponsorizzazione* oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento d'interessi pubblici
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata
- c) il conseguimento di risparmi di spesa e di nuove entrate per l'Ateneo.

## Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1 - I contratti di *sponsorizzazione* possono essere conclusi con soggetti privati e pubblici, operatori economici, fondazioni, associazioni senza fini di lucro per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ateneo.

2 - Il risultato della *sponsorizzazione* si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, nonché nell'acquisizione di nuove entrate.

## Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1 - La scelta dello *sponsor* è effettuata mediante procedura a evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso; fatta salva la possibilità di ricorrere alla procedura negoziata così come previsto dall' art. 57 del D.lgs 12 aprile 2006, n. 163 e s.m.i..

2 - All'avviso di *sponsorizzazione* è data pubblicità mediante pubblicazione sull'albo di Ateneo, sedi di Modena e Reggio Emilia, sull'albo pretorio dei Comuni di Modena e di Reggio Emilia, inserimento nel profilo di committente dell'Ateneo (<http://www.direzionelegale.unimore.it/on-line/Home.html>), nonché, a seconda dei casi, nei siti *web* delle singole Facoltà o Dipartimenti, e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3 - L'avviso di *sponsorizzazione* deve contenere i seguenti dati:

- a) oggetto della *sponsorizzazione* e i conseguenti obblighi dello *sponsor*, secondo i contenuti del progetto di *sponsorizzazione*,
- b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione,
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di *sponsorizzazione*.

4 - L'offerta deve essere presentata in forma scritta e dovrà indicare:

- a) il bene, il servizio, l'attività, o la prestazione, che si intende *sponsorizzare*, oppure la somma offerta quale *sponsorizzazione*
- b) l'accettazione delle condizioni previste per il progetto di *sponsorizzazione*,

5 - l'offerta deve contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni

6 - Le offerte di *sponsorizzazione* saranno valutate da apposita commissione, individuata e nominata con Decreto Direttoriale.

7 - Il contratto di *sponsorizzazione* sarà sottoscritto dallo *sponsor* e dal Direttore Amministrativo.

8 - Con il contratto di *sponsorizzazione* verrà anche autorizzata l' utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto.

#### **Art. 5 – Esclusioni**

1 - Sono esclusi dai contratti di *sponsorizzazione* oggetto del presente Regolamento, quei soggetti privati, pubblici, operatori economici, fondazioni, associazioni ed altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria e che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica dell' Ateneo.

#### **Art. 6 – Contratto di sponsorizzazione**

1 - Il ricorso a forme di *sponsorizzazione* va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale nella forma scritta nel quale dovranno essere stabiliti in modo preciso i seguenti elementi:

- a) l'oggetto e le finalità del contratto di *sponsorizzazione*
- b) il diritto dello *sponsor* alla utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali
- c) le modalità di promozione comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine ai fini pubblicitari, di eventuali *benefits*, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del *logo* dello *sponsor* sul materiale di propaganda e di pubblicità,
- d) la durata del contratto di sponsorizzazione,
- e) gli obblighi assunti rispettivamente dallo *sponsor* e dall'Ateneo e le relative sanzioni in caso di inadempimento,
- f) il corrispettivo della *sponsorizzazione*
- g) le eventuali garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa RCT) e le responsabilità,
- h) le prescrizioni in materia di controversie, le spese contrattuali, e la disciplina della facoltà di recesso.
- i) il contratto dovrà contenere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell' Ateneo.

#### **Art. 7– Diritto di rifiuto**

1 - L'Ateneo a suo insindacabile giudizio si riserva di rifiutare qualsiasi *sponsorizzazione*, qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto d'interesse tra attività pubblica e quella privata
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine a alle proprie iniziative,
- c) la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

2 - Sono in ogni caso escluse le *sponsorizzazioni* riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica e religiosa,
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale
- c) pubblicità diretta o collegata ritenuta contraria al buon costume
- d) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

#### **Art. 8 - Versamento dei proventi da sponsorizzazione**

1 - Salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della *sponsorizzazione* deve essere eseguito sul c/c intestato all'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, IBAN IT/02/Q/02008/12930/000000512773, intestato all'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia.

## **Art. 9- Aspetti fiscali**

Ai fini IVA, la sponsorizzazione oggetto del presente Regolamento si configura, in base al contenuto volta per volta pattuito dalle parti, come prestazione di servizi o come operazione permutativa.

La base imponibile del tributo è rispettivamente determinata ai sensi del comma 1 o del comma 2, lett. d) dell'art. 13 del d.p.r. n. 633/72

## **Art. 10 - Verifiche e controlli**

1 - L'Ateneo di riserva la facoltà di esperire verifiche periodiche al fine di accertare eventuali difformità a quanto convenuto nel contratto di *sponsorizzazione*, nonché contrarie al presente Regolamento.

2 - Eventuali difformità potranno essere causa di risoluzione del contratto di *sponsorizzazione*, nonché conseguente incameramento della cauzione, eventualmente, prestata e causa di risarcimento danni.

## **Art. 11 - Ammissibilità**

1 - La comunicazione all'esterno della *sponsorizzazione* è da effettuarsi, esclusivamente, nei modi di seguito riportati attraverso l'inserimento del nome dello *sponsor*:

- in *banner* pubblicitari,
- nei siti *internet* istituzionali, anche mediante collegamenti ipertestuali
- nella cartellonistica applicata ad impalcature per il restauro o la realizzazione d'immobili,
- in documenti recanti comunicazioni istituzionali
- nella segnaletica.

## **Art. 12 - Divieti**

1 - È fatto divieto di :

- comunicare allo *sponsor* i dati personali dei destinatari delle informazioni,
- inserire messaggi pubblicitari all'interno dei documenti recanti comunicazioni istituzionali,
- utilizzare dati personali per differenziare i messaggi pubblicati in relazione a caratteristiche dei destinatari delle comunicazioni istituzionali.

## **Art. 13 - Trattamento dei dati personali**

1 - I dati raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dello stesso.

2 - I singoli interessati hanno la facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi dal D.Lgs 196/2003.

## **Art. 14 – Foro Competente**

1- Su tutte le controversie relative all'interpretazione ed esecuzione del presente Regolamento, nonché quelle relative alla fase procedurale di scelta fino alla conclusione del contratto, è competente il TAR Emilia Romagna, Strada Maggiore, 33, 40100 Bologna.

2- Su tutte le controversie relative alla fase esecutiva del contratto successiva, cioè al perfezionamento del contratto medesimo è inderogabilmente e obbligatoriamente competente il Tribunale di Modena, Corso Canalgrande, 77, 41100 Modena.

E' nulla ogni pattuizione contraria alle precedenti disposizioni di competenza processuale.

## **Art. 15 - Riserva Organizzativa**

1 - La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Ateneo secondo la disciplina del presente Regolamento.

2 - L'Ateneo si riserva, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle *sponsorizzazioni* ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

#### **Art. 16 – Norme di rinvio.**

1 - Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa vigente in materia, nonché l'art. 26 del Decreto Legislativo 163/2006 s.m.i., qualora oggetto della *sponsorizzazione* sia la realizzazione di OO.PP.. Si rinvia, altresì, a quanto deliberato il 20 settembre 2006 dalla Autorità Garante per la Protezione dei dati personali.

#### **Art. 17 – Entrata in vigore**

1 - Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua pubblicazione sull'Albo Pretorio dell'Ateneo, sedi di Modena e Reggio Emilia, nonché sul profilo di committente della Direzione legale, affari istituzionali e generali (<http://www.direzionelegale.unimore.it/on-line/Home.html>).

Approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 29 ottobre 2008

Modena, 22/12/2008  
Prot 29116

Il Direttore Amministrativo  
(RONCHETTI dott. Stefano)

