



**Regolamento per la disciplina delle
sponsorizzazioni e delle altre tipologie di
finanziamento all'Ente**

Stazione Zoologica Anton Dohrn

*Istituto Nazionale di Biologia, Ecologia e
Biotecnologie Marine*

**(Approvato con delibera del CdA
n. 190 del 19.10.2021)**

Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni e delle altre tipologie di finanziamento all'Ente

PREMESSE

ART. 1 – Ambito di applicazione e definizioni

1.1 La Stazione Zoologica Anton Dohrn (di seguito “SZN” o “Ente”) al fine di favorire l’innovazione dell’organizzazione amministrativa, realizzare maggiori economie e nuove entrate, può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti terzi ovvero porre in essere ogni altra forma di contratto finalizzato all’autofinanziamento delle attività dell’Ente.

1.2 Ai fini del presente regolamento, si intende per:

- a) “*sponsorizzazione*”: ogni contributo in beni o servizi, prestazioni, denaro o altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere la *mission* e le attività di ricerca o di terza missione dell’Ente;
- b) “*contratto di sponsorizzazione*”: contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, mediante il quale l’Ente (in qualità di *sponsee*) offre ad un terzo (*sponsor*) che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o a erogare servizi/beni a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare in determinati spazi e per un periodo definito il proprio nome, logo, marchio o prodotto;
- c) “*sponsor*”: il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l’Ente;
- d) “*sponsee*”: l’Ente;
- e) “*donazione*”: è il contratto mediante il quale, per spirito di liberalità, una parte (donante) arricchisce un’altra (donatario) disponendo a favore di questa di un suo diritto o assumendo verso la stessa un’obbligazione.

1.3 Rientrano nell’ambito applicativo del presente regolamento:

- a) i contratti di sponsorizzazione possono essere di tre tipi:
 - sponsorizzazione pura, che ricorre quando lo *sponsor* si impegna nei confronti dello *sponsee* esclusivamente al riconoscimento di un contributo in denaro in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari e non anche allo svolgimento di altre prestazioni;
 - sponsorizzazione tecnica, che ricorre quando lo *sponsor* si impegna nei confronti dello *sponsee* all’esecuzione diretta di lavori, servizi o forniture;
 - sponsorizzazione mista, che ricorre quando lo *sponsor* in parte finanzia l’attività dello *sponsee* e in parte esegue lavori, presta servizi o forniture in favore di questo;
- b) le donazioni, che consistono in erogazioni effettuate a titolo di liberalità da terzi.

SEZIONE I – CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

ART. 2 – I contratti di sponsorizzazione

2.1 Il ricorso al contratto di sponsorizzazione è ammesso ove siano soddisfatte le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento di interessi pubblici, strettamente connessi con l'attività di ricerca svolta dall'Ente;
- b) esclusione del conflitto di interesse tra l'attività posta in essere dall'Ente e quella dello *sponsor*;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa e/o entrate per l'Ente;
- d) lo *sponsor* non abbia pendenze nei confronti dell'Ente;
- e) lo *sponsor* rilasci certificazione o dichiarazione sostitutiva antimafia;

2.2 Pur ricorrendo le condizioni di cui al precedente comma, la SZN può rifiutare l'iniziativa qualora ritenga che la promozione oggetto del contratto di sponsorizzazione possa arrecare danno all'immagine dell'Ente, lederne le iniziative, ovvero ritenga inaccettabile l'offerta dello *sponsor* secondo valutazioni di opportunità interamente rimesse al suo prudente apprezzamento.

2.3 Sono in ogni caso vietate le iniziative relative a:

- a) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di prodotti lesivi dell'ambiente, della dignità della persona e della salute;
- b) propaganda di natura politica o sindacale;
- c) messaggi offensivi, ivi comprese le espressioni discriminatorie o di odio, il fanatismo, il razzismo e le minacce di qualsiasi genere;

2.4 Nel caso in cui una delle ipotesi di cui al comma precedente si verifichi dopo la conclusione del contratto e, dunque, durante la sua esecuzione, l'Ente potrà recedere dal contratto di sponsorizzazione previa contestazione allo *sponsor* e valutazione delle sue eventuali osservazioni.

ART. 3 – Procedure di affidamento dei contratti di sponsorizzazione

3.1 Conformemente a quanto prescritto dall'art. 19 d.lgs. 50/2016, ai fini dell'individuazione della procedura di selezione dello *sponsor* occorre distinguere tra sponsorizzazione pura e sponsorizzazione tecnica.

3.2 L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori ad euro 40.000, mediante dazione di denaro, accollo del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti dall'Ente, è soggetto alla seguente procedura:

- a) l'Ente è tenuto esclusivamente alla previa pubblicazione sul proprio sito web, per almeno 30 giorni, di apposito avviso con cui si rende nota la ricerca di *sponsor* per specifici interventi ovvero a comunicare l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto;
- b) decorso il periodo di cui al punto a) il contratto può essere liberamente negoziato, nel rispetto dei principi di imparzialità e parità di trattamento tra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art. 80 d.lgs. 50/2016;
- c) l'offerta, presentata in forma scritta, è valutata da parte del CdAal fine di garantire il maggior finanziamento all'attività dell'Ente.

3.3 L'affidamento di contratti di sponsorizzazione che prevedano la realizzazione di lavori o la prestazione di servizi e/o forniture direttamente a cura e spese dello *sponsor* per importi superiori ad euro 40.000, ferma restando la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori nel rispetto dei principi e limiti europei in materia e le disposizioni nazionali e regionali in tema di qualificazione dei progettisti ed esecutori, è soggetto alla seguente procedura:

- a) la scelta dello *sponsor* deve avvenire nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità;
- b) per contratti di importo pari o superiore ad euro 40.000 e inferiore ad euro 150.000 l'Ente può ricorrere alla procedura negoziata, previa consultazione di almeno 5 operatori economici;
 - bi) per contratti di importo pari o superiore ad euro 150.000 e inferiore ad euro 1.000.000 l'Ente può ricorrere ad una procedura negoziata, previa consultazione di almeno 10 operatori economici;
 - bii) per contratti di importo pari o superiore ad euro 100.000.000 l'Ente deve ricorrere alla procedura aperta;
- c) l'offerta, presentata in forma scritta, va corredata da autocertificazione attestante il possesso dei requisiti generali di affidabilità e moralità di cui all'art. 80 d.lgs. 50/2016, nonché dei requisiti di qualificazione per l'esecuzione dei lavori o per la prestazione di servizi e forniture;
- d) l'offerta è valutata dal CdA, che accerta l'idoneità dello *sponsor* all'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto, verificando il volume d'affari e la solidità finanziaria e professionale dichiarati dallo *sponsor*;

e) l'Ente impartisce le prescrizioni che ritiene necessarie in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o servizi e alla direzione dei lavori.

ART. 4 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

4.1 Dopo l'individuazione dello *sponsor*, si procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione che deve contenere i seguenti elementi:

- a) oggetto e finalità del contratto;
- b) puntuale descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) durata del contratto;
- d) responsabilità e obblighi assunti dallo *sponsor* e dallo *sponsee*;
- e) puntuale indicazione degli eventuali spazi pubblicitari messi a disposizione dall'Ente;
- f) corrispettivo della sponsorizzazione, con indicazione dei termini e delle modalità previste per il pagamento;
- g) possibili cause di risoluzione del contratto;
- h) eventuali garanzie previste per tutelare il nome dell'Ente;
- i) obblighi delle parti in materia di trattamento dei dati personali;
- l) prescrizioni in materia di eventuali controversie.

4.2 Ciascun contratto di sponsorizzazione deve altresì prevedere espressamente la facoltà per la SZN di recedere dal contratto prima della scadenza, nell'ipotesi in cui lo *sponsor* rechi danno all'immagine dell'Ente, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

4.3 L'Ente si riserva, inoltre, la facoltà di esperire periodiche verifiche finalizzate ad accertare eventuali difformità rispetto a quanto convenuto nel contratto di sponsorizzazione. Il verificarsi delle predette difformità potrà costituire causa di risoluzione del contratto e di risarcimento del danno.

4.4 Nell'ipotesi in cui il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il contratto deve espressamente disciplinare le modalità di pagamento, ordinariamente così ripartita: 30% al momento della conclusione del contratto e il restante importo entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.

4.5 Il modello contrattuale che recepisce i contenuti minimi di cui ai precedenti commi è allegato al presente regolamento e ne costituisce parte integrante.

ART. 5 – Aspetti fiscali

5.1 Il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione, ai sensi dell'art. 4, comma 5 lett. i) del D.P.R. 633/1972 è rilevante ai fini dell'IVA, salvo i casi di esclusione previsti dalla normativa vigente.

5.2 Nell'ipotesi in cui il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia costituito da lavori, servizi o fornitura di beni, anche lo *sponsor* deve emettere fattura all'Ente con l'aliquota prevista dalla normativa in materia di IVA, , salvo i casi di esclusione previsti dalla normativa vigente.

5.3 L'Ente si riserva la facoltà, prima di procedere alla liquidazione di fatture emesse dallo *sponsor*, di richiedere un dettagliato resoconto periodico ricognitivo delle attività e delle prestazioni svolte o delle forniture effettuate durante la vigenza del contratto di sponsorizzazione.

SEZIONE II - DONAZIONI

ART. 6 – Donazioni e lasciti testamentari

6.1 La SZN può ricevere proposte di donazione e lasciti testamentari, previa valutazione delle informazioni relative al profilo del donatore al fine di accertare che non si ponga in contrasto con le finalità perseguite dall'Ente.

6.2 La proposta di donazione deve essere sempre preceduta da una lettera di intenti indirizzata al Presidente del CdA, che deve espressamente prevedere:

- a) le generalità del donante;
- b) l'*animus donandi*, intesa come volontà di donare con specifico riferimento alle motivazioni poste a base della donazione;
- c) l'oggetto della donazione;
- d) lo spirito di liberalità o la specifica finalità della donazione (es. donazione modale ex art. 793 cod. civ.).

6.3 Nel caso di contributi o donazioni di beni mobili di valore inferiore a 40.000 euro, l'atto di accettazione è di competenza del Direttore Generale, secondo quanto prescritto dal Regolamento per l'amministrazione, la finanza e la contabilità dell'Ente.

6.4 L'accettazione di contributi, donazioni in denaro o di beni mobili o immobili di importo superiore a 40.000 euro, di beni immobili, nonché di eredità o lasciti testamentari sono di esclusiva competenza del CdA, secondo quanto prescritto dal Regolamento per l'amministrazione, la finanza e la contabilità dell'Ente.

6.5 In sede di esame della proposta di donazione vanno attentamente valutate le motivazioni della stessa, al fine di evitare che si verifichino circostanze pregiudizievoli per l'Ente anche in ordine agli effetti che le donazioni hanno sul bilancio e sugli equilibri interni.

ART. 7 – Aspetti fiscali delle tipologie di finanziamento diverse dalla sponsorizzazione

7.1 I beni e/o contributi/donazioni possono essere soggette a IVA o meno, a seconda della natura dell'attività e avuto riguardo alla normativa vigente in materia.

SEZIONE III – DISPOSIZIONI GENERALI E FINALI

ART. 8 – Economie di spesa

8.1 Qualora a seguito delle iniziative finanziate secondo la disciplina del presente regolamento si dovessero verificare economie di spesa, queste ultime – ove non diversamente previsto all'interno dei singoli contratti – potranno essere destinate al finanziamento di altre iniziative che rispondano alle medesime finalità di cui all'art. 1.

ART. 9 – Trattamento dei dati personali

9.1 I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste. I soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del d.lgs. 196/2003.

ART. 10 – Norme di rinvio

10.1 Per tutto quanto non espressamente disciplinato dal presente regolamento si rinvia alla normativa vigente in materia e alle disposizioni dello Statuto o ai regolamenti dell'Ente.

10.2 Le soglie economiche indicate all'art. 3 con riferimento ai contratti di sponsorizzazione sono coerenti con la disciplina del d.lgs. 50/2016 e vanno adeguate all'evoluzione della normativa.

ART. 11 – Entrata in vigore

11.1 Il presente regolamento entra in vigore dal giorno in cui viene adottato con delibera del Consiglio di Amministrazione dell'Ente.