



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA
Servizio Legale

Rep. n. <u>1055</u> del <u>22/06/2016</u>	Oggetto
	Regolamento per la gestione delle sponsorizzazioni.

Prot. n. 51880
Titolo: I - Classe: 3
Fascicolo n. 5/2016

IL RETTORE

VISTI

- l'art. 43, comma 1, della L. 449/97;
- lo statuto dell'Università di Pavia e, in particolare, gli artt. 63, 68 e 69;
- il testo del *Regolamento per la gestione delle sponsorizzazioni*.

RICHIAMATA la delibera con cui il Consiglio di Amministrazione dell'Università di Pavia, nella seduta del 06.06.2016, ha approvato il *Regolamento per la gestione delle sponsorizzazioni*,

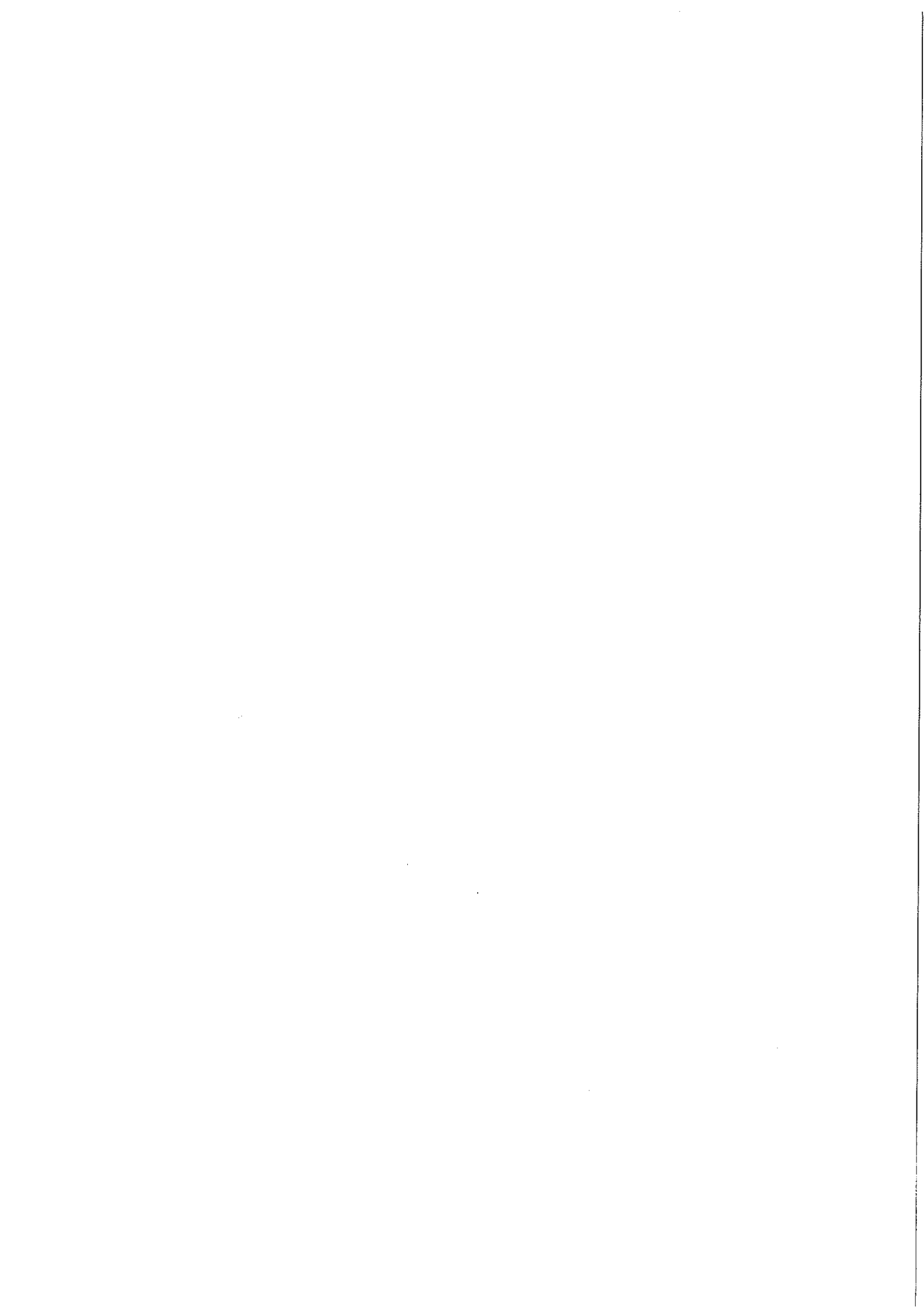
DECRETA

Art. 1 - È emanato il *Regolamento per la gestione delle sponsorizzazioni*, nel testo allegato che costituisce parte integrante del presente decreto.

Art. 2 - Le disposizioni del presente decreto entrano in vigore a decorrere dal giorno successivo all'avvenuta pubblicazione all'Albo ufficiale di Ateneo.

IL RETTORE
(Prof. Fabio Rugge)

MP/gv



Regolamento per la gestione delle sponsorizzazioni

Art. 1 – Premesse e definizioni

1. Il presente Regolamento per la gestione delle sponsorizzazioni è relativo alle attività dell'Università degli Studi di Pavia finalizzate all'autofinanziamento.
2. Ai fini del presente Regolamento si intendono:
 - a) per "sponsorizzazione" ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il nome e la ragione sociale dello Sponsor;
 - b) per "Sponsor" il soggetto privato che intende sponsorizzare determinate attività mediante la stipula di apposito contratto;
 - c) per "Sponsee" l'Università degli Studi di Pavia e/o le sue strutture, beneficiarie del corrispettivo della singola sponsorizzazione;
 - d) per "contratto di sponsorizzazione" il contratto mediante il quale lo Sponsor e lo Sponsee regolano le condizioni della sponsorizzazione e i relativi diritti e obblighi;
 - e) per "spazio pubblicitario" lo spazio fisico o il supporto utilizzato per veicolare le informazioni dello Sponsor presso lo Sponsee.

Art. 2 – Ambito di applicazione e tipologie di sponsorizzazione attivabili

1. Il presente Regolamento ha lo scopo di disciplinare la gestione delle sponsorizzazioni di progetti e attività promosse dall'Università degli Studi di Pavia (di seguito anche solo "Università" o "Ateneo"). Tali sponsorizzazioni devono essere effettuate unicamente in conformità ai fini istituzionali dell'Università.
2. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti privati o pubblici che abbiano in atto controversie di natura giuridica con l'Università.
3. Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti e le attività dell'Università, compresi eventi a rilevanza artistico-culturale dalla stessa organizzati.
4. L'Università può ottenere sponsorizzazioni:
 - a) derivanti da offerte spontanee di soggetti terzi;
 - b) autonomamente ricercate tramite bando.

Art. 3 – Approvazione delle iniziative

1. Le iniziative o gli eventi oggetto di sponsorizzazione devono ottenere la preventiva autorizzazione:
 - a) del Consiglio di Amministrazione:
 - 1) se rivestono carattere di rilevanza per l'intero Ateneo;

- 2) se il corrispettivo per la sponsorizzazione è in misura superiore a € 50.000,00;
- 3) se sono riferite all'Amministrazione centrale dell'Università;
- 4) se presuppongono l'emanazione di appositi bandi per la selezione di Sponsor;

b) del singolo Consiglio di Dipartimento:

- 1) se riferite a progetti promossi direttamente dal Dipartimento interessato e comunque per importi fino a € 50.000,00;
- 2) oltre tale limite l'autorizzazione è comunque di competenza del Consiglio di Amministrazione.

2. L'autorizzazione alla sponsorizzazione comporta anche l'approvazione del relativo contratto tra Sponsor e Sponsee.
3. La sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione compete al Rettore nei casi previsti nei precedenti punti a), da 1 a 4, e b) 2 del presente articolo. Nel caso previsto dal precedente punto b) 1 la competenza alla sottoscrizione del contratto è del Direttore del Dipartimento.
4. Le iniziative e gli eventi sponsorizzati devono essere diretti al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto d'interesse tra l'attività istituzionale dell'Università, in quanto Sponsee, e l'attività istituzionale della parte privata, in quanto Sponsor.

Art. 4 – Bando di selezione di Sponsor

1. In caso di sponsorizzazioni che l'Università intenda procacciarsi autonomamente, occorrerà procedere all'emanazione di apposito bando di selezione.
2. La scelta dello Sponsor sarà effettuata, in tal caso, mediante procedura ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
3. L'avviso di sponsorizzazione sarà pubblicizzato mediante affissione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet dell'Università e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. L'avviso dovrà contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello Sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.Tale elencazione è da intendersi non esaustiva.
5. L'offerta, da presentarsi in forma scritta, dovrà indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;

- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato;
- c) ogni altra puntualizzazione espressamente richiesta dal bando, nonché essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

1) per le persone fisiche:

- a) l'inesistenza delle condizioni a non contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 32-ter e 32-quater del codice penale, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) la natura e le precise modalità dell'eventuale coinvolgimento, a qualsiasi titolo, a organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

2) per le persone giuridiche:

- a) le autocertificazioni sopra elencate ai punti 1 a), b) e c), riferite alla persona giuridica (art. 9, comma 2, lettera c) del D. Lgs. 08.06.2001, n. 231) e ai soggetti muniti di potere di rappresentanza;
- b) l'attestazione del nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);

- 6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno dello Sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
- 7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dalla Commissione di volta in volta appositamente costituita dall'Università nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
- 8. Il contratto di sponsorizzazione viene sottoscritto dall'Università con lo Sponsor aggiudicatario.

Art. 5 – Il contratto di sponsorizzazione

- 1. Il contratto di sponsorizzazione è un accordo atipico fra le parti, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, mediante il quale un soggetto, lo Sponsee, si obbliga a favorire, nell'ambito di proprie iniziative destinate al pubblico, la diffusione del marchio o di altri elementi distintivi del soggetto sponsorizzante, lo Sponsor, il quale si obbliga, a sua volta, a pagare un determinato corrispettivo, in denaro o altra utilità, con la finalità per lo Sponsor di conseguire un beneficio di immagine conseguente all'associazione della propria figura a tali iniziative da parte del pubblico.
- 2. Il contratto di sponsorizzazione deve prevedere:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - la descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;
 - l'eventuale "esclusiva";

- la durata del contratto, l'eventuale proroga o rinnovo;
 - le possibili cause di risoluzione del contratto;
 - il corrispettivo, con l'indicazione dei termini e delle modalità di pagamento;
 - le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
 - le responsabilità e gli impegni reciproci;
 - gli obblighi delle parti in materia di trattamento dei dati personali;
 - gli eventuali obblighi delle parti in materia di assicurazione, in caso di coinvolgimento del personale dello Sponsor negli spazi pubblicitari allo stesso espressamente riservati durante l'evento dallo Sponsee, e di salute e sicurezza in ambiente di lavoro, se necessario rilevarli in relazione a casi specifici che lo giustifichino;
 - l'onere delle spese di bollo e di registrazione;
 - l'indicazione delle modalità per la risoluzione delle eventuali controversie.
3. Ciascun contratto di sponsorizzazione deve inoltre prevedere espressamente la facoltà per l'Università di recedere dal contratto prima della scadenza, senza oneri di alcun tipo, con l'indicazione della tempistica e delle modalità con cui procedere alla comunicazione di recesso.
 4. In ciascun contratto di sponsorizzazione devono altresì essere previste:
 - la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo Sponsor rechi danni all'immagine dell'Università o non siano perseguiti i fini sociali e di pubblica utilità cui l'Ateneo deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno. A tale fine il contratto dovrà prevedere, quale causa di risoluzione del contratto, il mancato o parziale pagamento del corrispettivo e, nell'ipotesi considerata, la possibilità per l'Ateneo di ottenere il risarcimento di ogni maggiore danno;
 - una clausola di salvaguardia per l'Università che la sollevi da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello Sponsor.
 5. Lo schema contrattuale di riferimento per regolare le attività di sponsorizzazione, che recepisce i contenuti innanzi indicati, è allegato al presente Regolamento, sotto il numero 1. Tale schema è valido per tutte le sponsorizzazioni per le quali non si faccia ricorso ad un bando. Il contratto sarà sottoposto all'approvazione preventiva del Consiglio di Amministrazione dell'Università solo ove preveda difformità sostanziali dallo schema proposto, con particolare riferimento a condizioni di rischio (es. reputazionale) per l'Ateneo.

Art. 6 – Aspetti fiscali

1. Il corrispettivo derivante dalla sponsorizzazione dovrà essere:

- a) fatturato dall'Università allo Sponsor e da questo successivamente liquidato all'Università;
 - b) assoggettato ad IVA, aliquota ordinaria.
2. Il compenso derivante dall'attività di sponsorizzazione, pur nell'ambito di un contratto attivo, non è da sottoporre ad alcuna ripartizione.

Art. 7 – Affidamento a terzi dell'attività di reperimento delle sponsorizzazioni

1. È facoltà dell'Università, 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, da attribuire una volta espletata l'apposita procedure di selezione.

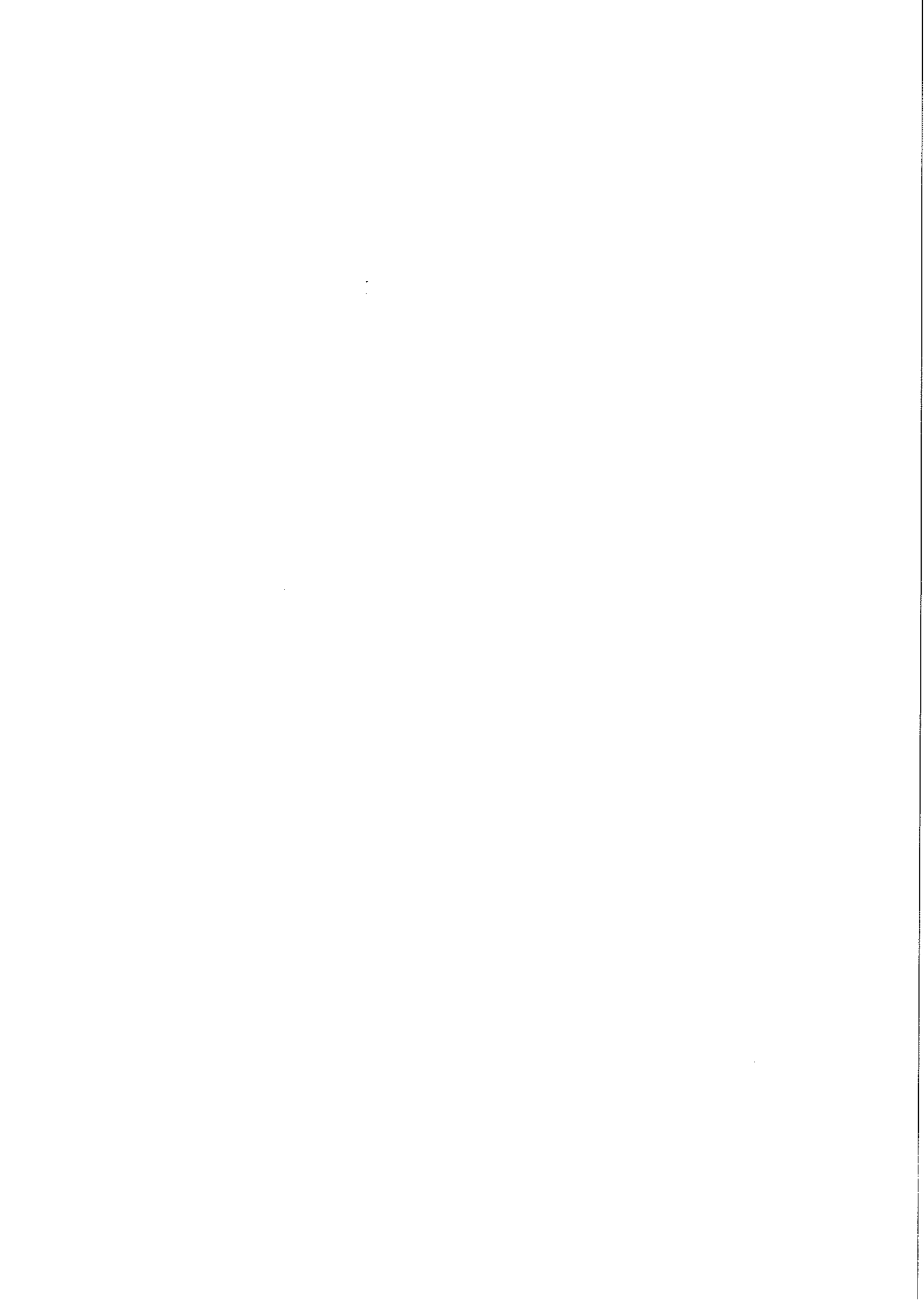
Art. 8 – Norme finali

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, si fa riferimento alle norme vigenti in materia.
2. Sono escluse dall'applicazione del presente Regolamento le attività di sponsorizzazione autorizzate preventivamente alla sua entrata in vigore, nonché quelle rientranti nell'ambito dei corsi di educazione continua in medicina (ECM), autorizzate dall'Ateneo conformemente alle modalità adottate dall'Agenzia Nazionale per i Servizi Sanitari (AGENAS).

Art. 9 – Allegati

Sono allegati al presente Regolamento, per esserne parte integrante e sostanziale:

1. schema di contratto di sponsorizzazione.



CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

tra

l'Università degli Studi di Pavia, di seguito denominata "Sponsee" o "Università", con sede legale in Pavia, Corso Strada Nuova n. 65, C.F. 80007270186, in persona del Rettore pro tempore, Prof. Fabio Rugge, domiciliato per la carica presso la sede legale dell'Università sopra indicata, autorizzato alla sottoscrizione del presente contratto con delibera del Consiglio di Amministrazione in data ...	Il Dipartimento di ... dell'Università degli Studi di Pavia, di seguito denominato "Sponsee" o "Dipartimento", con sede in Pavia, Via ... n. ..., C.F. 80007270186, in persona del Direttore pro tempore, Prof. ..., domiciliato per la carica presso la sede del Dipartimento sopra indicata, autorizzato alla sottoscrizione del presente contratto con delibera del Consiglio di Dipartimento in data ...
--	--

e

la Società ..., di seguito denominata "Sponsor" o "Società", con sede in ..., Via ... n. ..., C.F. ..., P. IVA ..., rappresentata dal ... in qualità di ..., residente per la carica ..., autorizzato alla sottoscrizione del presente contratto con ...

di seguito, congiuntamente, "parti"

premesse

- che l'art. 43, comma 1, della L. 449/97 (Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica) recita che "Al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati, le pubbliche amministrazioni possono stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.";
- che l'Università/il Dipartimento ospiterà/organizzerà dal ... al ..., l'evento ...;
- che la Società è disposta a sostenere economicamente l'iniziativa.

Tutto ciò premesso, le parti, come sopra rappresentate, convengono e stipulano quanto segue

ART. 1 – Premesse

Le premesse costituiscono parte integrante del presente contratto.

ART. 2 – Oggetto del contratto

Il presente contratto ha per finalità la sponsorizzazione da parte della Società dell'iniziativa/evento indicato in premessa, organizzato/ospitato/patrocinato/...

(→ scegliere il più appropriato al caso) dall'Università/dal Dipartimento.

La sponsorizzazione si attuerà secondo la modalità di seguito descritta: ...

(v. nota in calce: **1-a**)

ART. 3 – Durata del contratto

Il presente contratto decorre dalla data di sottoscrizione e termina alla conclusione dell'evento, prevista per il ..., e comunque fino all'estinzione degli obblighi delle parti derivanti dalla sua esecuzione.

Eventuali rinnovi o proroghe del contratto saranno concordati dalle parti e formalizzati per iscritto.

ART. 4 – Obblighi dello Sponsor

Lo Sponsor, al fine di incrementare la notorietà del proprio logo, del proprio marchio e della propria immagine, si impegna a erogare allo Sponsee, a titolo di corrispettivo delle prestazioni di veicolazione pubblicitaria da questo rese nell'ambito della realizzazione dell'evento descritto in premessa, un corrispettivo pari a € ...,00 + IVA.

Il corrispettivo sarà versato in soluzione unica anticipata alla sottoscrizione del presente contratto, sul conto corrente intestato all'Università/al Dipartimento presso la Banca Popolare Commercio e Industria, sede di Pavia, corrispondente al codice IBAN

L'Università/Il Dipartimento provvederà ad emettere fattura pari all'importo versato dallo Sponsor.

(vedi note in calce: **1-b; 2**)

ART. 5 – Obblighi dello Sponsee

In relazione alla sponsorizzazione oggetto del presente contratto, lo Sponsee si impegna a:- permettere allo Sponsor di comunicare tramite materiale pubblicitario e/o illustrativo le finalità dello Sponsor. Tale comunicazione avverrà con le seguenti modalità ... **(→ da precisare)**

- a citare lo Sponsor quale finanziatore delle iniziative promozionali e divulgative in fase di pubblicizzazione dell'evento e durante il suo svolgimento, anche mediante utilizzo del logo dello Sponsor stesso.

(vedi nota in calce: **1-c**)

ART. 6 – Recesso e risoluzione

Ciascuna parte può recedere dal presente contratto con effetto immediato e con adeguata motivazione inviando tempestiva comunicazione all'altra parte a mezzo di raccomandata A.R., anticipata via PEC, con un preavviso di ... giorni (**→ precisare volta per volta**).

Il recesso è da intendersi senza oneri per le parti, fatto salvo il compenso da riconoscersi all'Università/al Dipartimento commisurato alle attività effettivamente svolte fino al momento del recesso.

Il presente contratto può, altresì, essere risolto dallo Sponsor o dallo Sponsee per motivate ragioni e con preavviso di almeno ... giorni (**→ precisare volta per volta**), inviato mediante raccomandata A.R. anticipata via PEC.

Costituiscono ad ogni effetto inadempimenti gravi, comportanti la risoluzione immediata del contratto:

- a) il mancato rispetto degli obblighi dello Sponsee, ivi compresa la mancata realizzazione dell'iniziativa;
- b) il mancato rispetto da parte dello Sponsor del proprio obbligo di corrispondere il compenso previsto per la realizzazione dell'iniziativa.

Sono, altresì, cause di risoluzione immediata del contratto:

- a) l'impossibilità accertata, per l'Università, anche se sopravvenuta, a realizzare l'iniziativa ad iniziata esecuzione del presente contratto;
- b) ogni qualsivoglia evento negativo riguardante lo Sponsor che possa, in qualsiasi misura, nuocere all'immagine dell'Università. In tal caso l'Università avrà diritto di ottenere dallo Sponsor l'eventuale risarcimento del danno subito.

ART. 7 – Rinvio a riferimenti generali

In relazione alla disciplina contrattuale, per quanto non definito dal presente contratto, si fa esplicito rinvio alle disposizioni del Codice Civile e della normativa speciale in materia, nonché alla disciplina di settore.

ART. 8 – Risoluzione delle controversie

Le parti si impegnano ad operare con ogni mezzo al fine di pervenire alla composizione in via amichevole delle controversie che emergessero durante l'esecuzione del presente contratto.

Qualora tali controversie non siano componibili in via amichevole, la loro risoluzione è demandata al foro di Pavia.

ART. 9 – Oneri fiscali

Il presente accordo è soggetto a registrazione in caso d'uso, ai sensi dell'art. 5 DPR 131/86, e successive modificazioni e integrazioni. Le spese di bollo, ai sensi del DPR 642/1972, art. 2, tariffa parte II, sono a carico dello Sponsor.

Pavia, __. __. ____

	Sponsee
Sponsor	Università degli Studi di Pavia/Dipartimento di ...
Società ...	dell'Università degli Studi di Pavia
Il ...	Il Rettore/Il Direttore
_____	_____
(Dott. ...)	(Prof. ...)

NOTE

(1)

Integrazioni dell'articolato contrattuale in caso di concessione di spazi pubblicitari allo Sponsor nel corso dell'evento.

Qualora vi sia la concessione da parte dello Sponsee (Università/Dipartimento) di proprie aree da adibire a spazio pubblicitario per lo Sponsor nel corso dell'evento sponsorizzato:

- a) occorrerà precisarlo espressamente all'art. 2, nella parte in cui vengono descritte le modalità di svolgimento della sponsorizzazione;
- b) è da escludersi la presenza del personale universitario nell'eventuale stand allestito dallo Sponsor nel contesto dell'evento. La presenza di personale dello Sponsor presso lo Sponsee dovrà essere rilevata nel testo del contratto mediante integrazione dell'art. 4 – Obblighi dello Sponsor, con la seguente

precisazione: “lo Sponsor, nell’ambito della sponsorizzazione dell’evento, si impegna ad allestire un proprio stand negli spazi allo stesso appositamente assegnati dallo Sponsee e a destinarvi proprio personale, facendosi carico delle coperture assicurative per infortuni e responsabilità civile dello stesso”;

- c) l’art. 5 – Obblighi dello Sponsee dovrà essere integrato con una clausola di salvaguardia per l’Università che preveda: “L’Università è, in ogni caso, sollevata da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all’allestimento e allo svolgimento da parte dello Sponsor delle attività sponsorizzate all’interno dei locali dello Sponsee”. È inoltre opportuno precisare che: “l’Università è coperta da polizza di responsabilità civile per responsabilità alla stessa imputabili durante lo svolgimento dell’evento, e che il personale alla stessa destinato all’organizzazione e gestione dell’evento fruisce di tutela INAIL/gestione in conto Stato e di polizza assicurativa di responsabilità civile”.
- d) Eventuali precisazioni in ordine agli adempimenti sulla salute e sicurezza in ambiente di lavoro, se necessarie, saranno valutate caso per caso.

(2)

Da aggiungere come ultimo comma dell’art. 4, se ricorre il caso:

“Lo Sponsor è sostenitore in esclusiva dell’iniziativa organizzata/ospitata/patrocinata/... (**→ scegliere il più appropriato al caso**) dallo Sponsee, pertanto si obbliga a non sponsorizzare con altri partner eventi simili a quello oggetto del presente contratto, per tutto il periodo di validità dello stesso e di suoi eventuali rinnovi o proroghe”.

