

Regolamento per la gestione delle sponsorizzazioni in Ateneo

*Emanato con Decreto Rettorale n. 1305/2023 del 09/10/2023
(Testo coordinato meramente informativo privo di valenza normativa)*

Art. 1 Premessa e finalità

L'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna (di seguito, Ateneo) favorisce e potenzia l'accesso a forme di finanziamento esterno, al fine di migliorare e incrementare iniziative ed attività nonché la qualità dei servizi già offerti, realizzando economie di spesa e/o nuove entrate.

Il presente Regolamento disciplina le sponsorizzazioni a favore dell'Ateneo, per il perseguimento di finalità di interesse pubblico e nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

Art. 2 Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- **Contratto di sponsorizzazione:** contratto mediante il quale un soggetto terzo (Sponsor) si impegna a versare una somma di denaro o a fornire beni, servizi o lavori a favore dell'Ateneo (Sponsee), che si impegna a divulgare i segni distintivi dello Sponsor in relazione ad un preciso evento/manifestazione/progetto/attività;
- **Sponsor:** soggetto che, al fine di incrementare la propria notorietà o quella dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad altro soggetto (Sponsee), che ne promuove l'immagine e la visibilità;
- **Sponsee:** soggetto sponsorizzato che, in cambio di uno specifico corrispettivo o attività, rende una prestazione di mezzi, impegnandosi a divulgare e veicolare il marchio e/o altri segni distintivi dello Sponsor, secondo quanto previsto dal contratto di sponsorizzazione.

Art. 3 Oggetto ed ambito di applicazione

Le sponsorizzazioni possono interessare iniziative, progetti, attività ed eventi di qualsiasi tipo, organizzati dall'Ateneo. Per l'Ateneo la sponsorizzazione genera un risparmio di spesa; per lo Sponsor genera un interesse economico attivo consistente nella creazione del bene immateriale della spendita dell'immagine.

In particolare, i contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi dall'Ateneo (Sponsee) con uno o più Sponsor, per sostenere:

- iniziative culturali e sociali organizzate dall'Ateneo e/o dalle sue Strutture;
- l'esecuzione di lavori, l'acquisizione di prodotti e servizi, come definite dalla normativa in materia di contratti pubblici;
- servizi erogati dall'Ateneo ai propri utenti (sia interni che esterni) nell'ambito della propria attività istituzionale.

Con il contratto di sponsorizzazione non è possibile sostenere attività istituzionale di ricerca e di didattica.

Il presente Regolamento non si applica alle seguenti tipologie contrattuali:

- accordi di collaborazione o convenzioni che abbiano un contenuto diverso (quali, ad esempio le convenzioni di collaborazione tra l'Ateneo ed Enti finanziatori terzi, pubblici e/o privati, in materia di corsi professionalizzanti di cui al Regolamento in materia di corsi professionalizzanti), o un contenuto più ampio e articolato rispetto alla sponsorizzazione, connotati da un complesso di iniziative gestite in collaborazione tra Ateneo ed altri soggetti;
- donazione liberale (art. 769 c.c.): atto di liberalità mediante il quale una parte arricchisce l'altra, disponendo a favore di questa di un suo diritto o assumendo verso la stessa una obbligazione;
- donazione modale (art. 793 c.c.): donazione gravata da un onere, con la quale il donante attribuisce qualcosa al donatario con l'onere in capo al donatario di utilizzare il bene o la somma donata per un determinato motivo.

Art. 4 Tipologie di sponsorizzazioni

In base alla prestazione eseguita dallo Sponsor, la sponsorizzazione può essere:

- pura (o di finanziamento), in cui lo Sponsor eroga un contributo, affinché il suo nome sia associato ad un'iniziativa dell'Ateneo. Con tale finanziamento lo Sponsor, attraverso la corresponsione di una somma di denaro o assumendosi il debito dell'Ateneo, sostiene le iniziative di cui al precedente art. 3 comma 2;
- tecnica, in cui lo Sponsor si impegna a progettare e/o realizzare, in tutto o in parte, le prestazioni richieste dall'Ateneo, quali l'esecuzione di lavori, la fornitura di prodotti o la prestazione di servizi a favore dell'Ateneo, dei suoi dipendenti o degli studenti;

- mista, in cui vi è combinazione di erogazione economica e prestazione tecnica da parte dello Sponsor.

Art. 5 Condizioni

La sponsorizzazione è ammessa se sussistono tutte le seguenti condizioni:

- a) la conformità con i fini istituzionali e il perseguimento di interessi pubblici dell'Ateneo;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa e/o di nuove entrate per l'Ateneo.

Pur sussistendo le condizioni di cui al comma precedente, l'Ateneo può considerare inammissibile e, quindi, rifiutare qualsiasi iniziativa:

- a) qualora ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine e alle proprie iniziative;
- b) nel caso di iniziative di sponsorizzazione con soggetti che abbiano in atto controversie di natura giudiziaria con l'Ateneo;
- c) per motivi di opportunità generale, rimessi al suo prudente apprezzamento.

Sono in ogni caso escluse iniziative riguardanti o aventi a oggetto:

- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di prodotti lesivi dell'ambiente, della dignità o della salute o comunque non consoni ai luoghi in cui si svolge l'attività universitaria;
- propaganda di natura politica o sindacale e religiosa/confessionale;
- messaggi offensivi o lesivi della dignità delle persone.

Art. 6 Individuazione dello Sponsor

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi dall'Ateneo, in veste di Sponsee, con uno o più soggetti privati, persone fisiche o giuridiche anche in forma di impresa, enti del terzo settore, fondazioni, associazioni anche senza fini di lucro o altri enti e istituzioni.

La scelta dello Sponsor avviene nel rispetto dei principi dell'ordinamento e dell'azione amministrativa, delle disposizioni dettate dalla normativa vigente e in particolare, dove ne ricorrano i presupposti, quelle in materia di procedura a evidenza pubblica, nonché delle disposizioni regolamentari interne, compreso il presente Regolamento.

L'Università può ottenere sponsorizzazioni tramite:

- a) offerte spontanee di soggetti terzi;
- b) avviso pubblicato sul Portale di Ateneo.

La stipula del contratto di sponsorizzazione è approvata dagli Organi competenti di ciascuna Area dell'Amministrazione Generale e di ciascuna Struttura, ai sensi di quanto previsto dal Regolamento di Amministrazione Finanza e Contabilità dell'Ateneo.

Art. 7 Contratto di sponsorizzazione

Il contratto di sponsorizzazione è formalizzato per iscritto e nel rispetto delle disposizioni normative vigenti, prevedendo i seguenti elementi minimi essenziali:

- a) l'oggetto e le finalità;
- b) il diritto esclusivo o non-esclusivo dello Sponsor alla visibilità nel corso dell'iniziativa sponsorizzata e ad essa circoscritta;
- c) le modalità di promozione e comunicazione dello sponsor nell'ambito dell'iniziativa sponsorizzata;
- d) la durata;
- e) gli obblighi delle parti;
- f) il corrispettivo, le modalità e termini di pagamento, la fatturazione e gli aspetti fiscali;
- g) le cause di risoluzione del contratto;
- h) le eventuali garanzie richieste in caso di sponsorizzazione tecnica;
- i) la previsione che il marchio istituzionale dell'Ateneo è di proprietà esclusiva dell'Alma Mater Studiorum - Università di Bologna e che lo Sponsor non può farne uso.

È possibile prevedere diverse modulazioni di sponsorizzazione nell'ambito della stessa iniziativa sponsorizzata (ad esempio: Sponsor Esclusivo, Main Sponsor).

Con riferimento al punto b), qualora uno sponsor abbia un diritto esclusivo di pubblicità nell'ambito dell'iniziativa sponsorizzata, questo diritto non si estende a tutte le iniziative dell'Ateneo, né comporta l'acquisizione di un diritto su tutti gli spazi pubblicitari dell'Ateneo dove si svolge l'iniziativa sponsorizzata.

Nell'ambito dell'iniziativa sponsorizzata, la distribuzione da parte dello Sponsor di materiale informativo sui propri prodotti e servizi o la vendita e distribuzione negli spazi dell'Ateneo potrà avvenire in conformità a quanto previsto dai Regolamenti di Ateneo in materia.

Art. 8 Sponsorizzazioni nell'ambito delle concessioni di servizi e nell'ambito dei corsi di educazione continua in medicina ECM

Nei casi in cui l'organizzazione di eventi e/o corsi sia affidata in concessione dall'Ateneo a soggetti esterni, che assumono su di sé in tutto o in parte il rischio operativo legato alla gestione del relativo servizio, le sponsorizzazioni relative agli eventi e/o corsi sono stipulate direttamente dal concessionario del servizio, che introiterà la relativa entrata.

Le sponsorizzazioni dovranno essere stipulate rispettando le condizioni di cui all'art. 5 del presente Regolamento.

Le iniziative di sponsorizzazione rientranti nell'ambito dei corsi di educazione continua in medicina ECM ed eventuali altre iniziative di sponsorizzazione specificatamente normate con apposita disciplina, sono escluse dall'applicazione del presente Regolamento.

Art. 9 Norme di rinvio

Tutto quanto non esplicitamente disciplinato dal presente Regolamento viene regolato dalla normativa vigente e dai Regolamenti specifici di Ateneo.

Art. 10 Entrata in vigore

Il presente Regolamento e le sue eventuali successive modifiche e/o integrazioni entrano in vigore il giorno della pubblicazione sul Bollettino Ufficiale di Ateneo.
