

REGOLAMENTO DI ATENEO PER LE SPONSORIZZAZIONI

Sommario

PREMESSA	1
Art. 1 – Oggetto, finalità e definizioni	1
CAPO I – IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE	2
Art. 2 – Condizioni	2
Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione	2
Art. 4 - Contratto di sponsorizzazione	2
Art. 5 - Esplicitazione dell'esclusiva	2
Art. 6 – Esclusioni	2
Art. 7 - Diritto di rifiuto.....	3
Art. 8 – Affidamento a terzi delle sponsorizzazioni.....	3
Art. 9 - Valutazione dei costi e benefici.....	3
Art. 10 - Aspetti fiscali	3
Art. 11 - Versamento dei proventi da sponsorizzazione	3
Art. 12 - Verifiche e controlli	3
CAPO II – NORME COMUNI ED ENTRATA IN VIGORE.....	3
Art. 13 - Norme di rinvio	3
Art. 14 - Trattamento dei dati personali	4
Art. 15 - Entrata in vigore.....	4

PREMESSA

Art. 1 – Oggetto, finalità e definizioni

1. Il presente Regolamento disciplina le sponsorizzazioni di terzi a favore dell'Ateneo, per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, secondo quanto previsto dall'art. 43 della legge 27.12.1997, n. 449.
2. Le iniziative di sponsorizzazione, assunte in conformità e nell'ambito dei fini istituzionali dell'Università, devono favorire l'innovazione organizzativa, il miglioramento qualitativo e quantitativo dei servizi o degli spazi, la realizzazione di economie e/o acquisizioni di nuove entrate.
3. Le sponsorizzazioni possono interessare iniziative, progetti e attività dell'Università, compresi eventi di qualsiasi tipo dalla stessa organizzati.
4. Ai fini del presente Regolamento si intende:
 - a) per “*sponsorizzazione*” ogni contributo in denaro, beni, lavori, servizi, prestazioni od ogni altra utilità corrisposto, in favore dell'Università (Sponsee), da terzi (Sponsor) allo scopo di promuovere lo Sponsor medesimo.Si possono distinguere tre tipologie di sponsorizzazione:
 1. sponsorizzazione tecnica: tutto l'intervento, o parte di esso, viene realizzato a cura dello

- sponsor; le prestazioni possono consistere sia in lavori, sia in servizi e forniture strumentali ai primi o strumentali ad altro;
2. sponsorizzazione pura, o finanziaria: lo sponsor finanzia, in tutto o in parte, anche mediante acollo, le obbligazioni di pagamento anche già in capo all'amministrazione;
 3. sponsorizzazione mista: è una combinazione delle prime due;
- b) per "*contratto di sponsorizzazione*" si intende un contratto atipico, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, mediante il quale lo Sponsor e lo Sponsee regolano le condizioni della sponsorizzazione e i relativi diritti e obblighi.

CAPO I – IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 2 – Condizioni

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) la conformità con i fini istituzionali dell'Università e 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/o di nuove entrate per l'Ateneo;
 - d) lo Sponsor può essere soggetto privato o associazione senza fini di lucro costituita con atto notarile, ai sensi dell'art. 43 comma 1 della legge 27 dicembre 1997, n. 449;
 - e) lo Sponsor può essere, altresì, un soggetto pubblico salvo il rispetto delle disposizioni normative in proposito.

Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione

1. L'Università può ottenere sponsorizzazioni:
 - a) autonomamente, ossia ricercate tramite avviso;
 - b) derivanti da offerte spontanee di soggetti terzi.
2. Le sponsorizzazioni di importo uguale o superiore ad € 40.000,00 sono soggette alla disciplina dettata dall'art. 134 co.4 del D.Lgs. 36/2023 s.m.i.; le relative procedure saranno gestite con il coordinamento dell'Amministrazione centrale dell'Ateneo.
3. Per le sponsorizzazioni di importo inferiore ad € 40.000,00 si può procedere mediante affidamento diretto o procedura negoziata.
4. È facoltà dell'Ateneo poter ricercare più sponsor, per la medesima iniziativa, attraverso un unico avviso.

Art. 4 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il ricorso a forme di sponsorizzazione va formalizzato con apposito atto di natura contrattuale in forma scritta.
2. I contratti di sponsorizzazione di valore inferiore ad € 10.000,00 possono essere conclusi anche mediante scambio di corrispondenza, secondo l'uso del commercio.
3. Il contratto di sponsorizzazione deve essere notificato all'Ufficio Fundraising prima della sottoscrizione.

Art. 5 - Esplicitazione dell'esclusiva

1. L'Ateneo può definire i contratti di sponsorizzazione con clausole di esclusiva qualora ritenga tale opzione utile per stimolare profili concorrenziali finalizzati alla ricezione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.

Art. 6 – Esclusioni

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione oggetto del presente Regolamento, quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria e che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività dell'Ateneo. Sono altresì esclusi i soggetti di cui agli artt. da 94 a

98 del D.Lgs 36/2023 s.m.i.

2. Sono altresì escluse dall'applicazione del presente Regolamento le attività di sponsorizzazione rientranti nell'ambito dei corsi di educazione continua in medicina ECM ed eventuali altre attività di sponsorizzazione specificatamente normate con apposita disciplina.
3. Non costituiscono sponsorizzazioni e non sono sottoposte alla disciplina del presente Regolamento le erogazioni liberali effettuate in favore dell'Ateneo senza la previsione di obbligazioni corrispettive in capo alle parti, ma solamente quale iniziativa del terzo a titolo di liberalità.

Art. 7 - Diritto di rifiuto

1. L'Ateneo si riserva la possibilità, a suo insindacabile giudizio, di rifiutare, qualsiasi sponsorizzazione per motivi di opportunità, conflitto di interessi o altra motivazione per cui ritenga non conveniente la sponsorizzazione.
2. L'Ateneo deve, entro 30 giorni, dare riscontro allo sponsor sull'esito dell'offerta della sponsorizzazione.

Art. 8 – Affidamento a terzi delle sponsorizzazioni

1. L'Ateneo si riserva, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo economico e funzionale, di affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate o a proprie controllate.

Art. 9 - Valutazione dei costi e benefici

1. L'Ateneo, prima della stipula del contratto di sponsorizzazione, deve provvedere alla valutazione dei costi e dei benefici derivanti dal contratto stesso, considerato che la sponsorizzazione deve perseguire il fine del conseguimento di risparmi di spesa e/o di nuove entrate per l'Ateneo. Pertanto, gli eventuali oneri o spese, comunque denominati, a carico dell'Università degli Studi di Padova, non potranno essere superiori al valore della controprestazione eseguita dallo sponsor. Al fine di uniformare i criteri di valutazione, saranno emanate delle linee guida in tal senso.

Art. 10 - Aspetti fiscali

1. Il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione, ai sensi dell'art. 4, comma 5 lett. i) DPR 633/72, è rilevante a fini IVA e deve essere fatturato dall'Università allo Sponsor.
2. Se il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consiste in lavori, servizi, fornitura di beni, anche lo Sponsor deve emettere fattura all'Università con l'aliquota prevista dalla normativa IVA.

Art. 11 - Versamento dei proventi da sponsorizzazione

1. Il corrispettivo di cui al comma 1 del precedente articolo 10 dovrà essere liquidato all'Università mediante bonifico.
2. I contratti di sponsorizzazione di valore superiore ad € 10.000 (al netto dell'IVA) sono soggetti ad una ritenuta di Ateneo ordinariamente prevista nel 3% del valore contrattuale ai fini di rimborso per le spese generali.

Art. 12 - Verifiche e controlli

1. Eventuali inadempienze al contratto di sponsorizzazione potranno essere causa di risoluzione del contratto stesso, nonché del conseguente incameramento della cauzione eventualmente prestata e del risarcimento danni.

CAPO II – NORME COMUNI ED ENTRATA IN VIGORE

Art. 13 - Norme di rinvio

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa vigente in materia.

Art. 14 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti sono trattati in conformità alle norme vigenti.

Art. 15 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento viene pubblicato all'albo ufficiale di Ateneo e sul sito web istituzionale ed entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla sua pubblicazione.