



Via Ponte di Tappia n. 82 - Napoli - 80133
Telefono: 081.9226806

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Delibera n. 222 del 11 luglio 2024



Via Ponte di Tappia n. 82 - Napoli – 80133
Telefono: 081.9226806

ARTICOLO 1 - OGGETTO E FINALITÀ

ARTICOLO 2 - DEFINIZIONI

ARTICOLO 3 - LA FIGURA DELLO SPONSOR

ARTICOLO 4 - AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ARTICOLO 5 - PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

ARTICOLO 6 - DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

ARTICOLO 7 - SPONSORIZZAZIONI PLURIME

ARTICOLO 8 - SCELTA DELLO SPONSOR PER CONTRATTI DI VALORE INFERIORE A € 40.000,00

ARTICOLO 9 - SCELTA DELLO SPONSOR PER CONTRATTI DI VALORE SUPERIORE A € 40.000,00

ARTICOLO 10 - CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

ARTICOLO 11 - OBBLIGHI A CARICO DELL'ORDINE

ARTICOLO 12 - AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR

ARTICOLO 13 - TUTELA DEI MARCHI

ARTICOLO 14 - ASPETTI CONTABILI E FISCALI

ARTICOLO 15 - CONTROLLI E VERIFICHE

ARTICOLO - 16 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

ARTICOLO 17 - RINVIO

ARTICOLO 1

OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di attività e iniziative organizzate e gestite dall'Ordine dei Biologi della Campania e del Molise (in prosieguo "OBCM") in applicazione delle disposizioni contenute:

- nell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449;
- nel d. lgs. 31 marzo 2023, n. 36 (in prosieguo "Codice dei contratti pubblici").

2. Le disposizioni del presente regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività dell'OBCM ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione con enti pubblici e privati e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:

- una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul mercato;
- una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
- economie di spesa.

4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente regolamento si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel più generale rispetto della normativa vigente e dei regolamenti interni dell'OBCM.

ARTICOLO 2

DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento:

- a) per "**contratto di sponsorizzazione**" (anche declinato al plurale) si intende un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte e/o finanziare, anche mediante accollo, le obbligazioni di pagamento dei corrispettivi dovuti dall'OBCM (sponsee) il quale garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato; pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno d'immagine;
- b) per "**sponsorizzazione**" (anche declinata al plurale) si intende ogni contributo in beni,

prestazioni di servizi, realizzazione di lavori, corrispettivo in denaro o altra utilità proveniente dall' OBCM da parte di terzi nell'ambito applicativo dei “contratti di sponsorizzazione”;

- c) per “**sponsor**” si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) per “**sponsorizzato o sponsee**” si intende l' OBCM, titolare dei benefici economici apportati dalla stipula dei contratti di sponsorizzazione;
- e) per “**spazio pubblicitario**” si intende lo spazio fisico e digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor;
- f) per sponsorizzazione “**pura**” o “**finanziaria**” si intende l'impegno dello sponsor di riconoscere esclusivamente un contributo economico (in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari);
- g) per sponsorizzazione “**tecnica**” si intende una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento (lavori, servizi, forniture sia se strumentali o non) a cura e a spese dello sponsor.

ARTICOLO 3

LA FIGURA DELLO SPONSOR

1. L'OBCM può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati singoli o associati. Nei documenti di programmazione dell'OBCM possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
2. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
3. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell'OBCM che su iniziativa di soggetti terzi.

ARTICOLO 4

AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni in favore dell'OBCM.
2. La sponsorizzazione a favore dell'OBCM, a carattere tecnico o finanziario, può prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:
 - a) dazione di somme di denaro;
 - b) forniture di materiali, attrezzature, beni;
 - c) accollo del pagamento delle obbligazioni verso i terzi che svolgono le attività sponsorizzate;

- d) la realizzazione di un'opera o di un lavoro (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
 - e) la fornitura di una prestazione di servizio (acquisita o realizzata a cura e spese dello sponsor);
 - f) la gestione di un'opera o di un'area;
 - g) la gestione di un servizio.
3. Nel caso di cui al punto 2.c), si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

ARTICOLO 5

PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito dalla dazione di una somma di denaro, il pagamento deve avvenire entro 30 giorni dalla data di emissione della fattura.

ARTICOLO 6

DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE

1. L'OBCM rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
- a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività dell'ente e quella dello sponsor;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
- a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
 - d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che non dichiarano il possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una pubblica amministrazione a norma del Codice dei contratti pubblici, per quanto applicabile.
4. Il soggetto interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al comma 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del d.P.R. 445/2000.

Via Ponte di Tappia n. 82 - Napoli – 80133
Telefono: 081.9226806

ARTICOLO 7

SPONSORIZZAZIONI PLURIME

1. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto l'OBCM può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.

ARTICOLO 8

SCELTA DELLO SPONSOR PER CONTRATTI

DI VALORE INFERIORE A € 40.000,00

1. Qualora il contenuto di beni o servizi oggetto del contratto di sponsorizzazione sia di valore inferiore ad € 40.000,00, l'OBCM procederà con affidamento diretto, nel rispetto dei regolamenti interni, previa valutazione della rispondenza del contratto stesso alle prescrizioni del presente regolamento e valutata l'opportunità della proposta con delibera del Consiglio Direttivo.

ARTICOLO 9

SCELTA DELLO SPONSOR PER CONTRATTI

DI VALORE SUPERIORE A € 40.000,00

1. In attuazione di quanto disposto dal Codice dei contratti pubblici, si stabilisce che, per contratti di sponsorizzazione di importo superiore a € 40.000,00, al fine di assicurare il rispetto dei principi di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento, l'affidamento è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito istituzionale dell'OBCM, per 30 (trenta) giorni, di un apposito avviso con il quale si renda nota la ricerca di sponsor per specifici interventi. Nell'istanza di adesione dovrà essere dichiarato di non trovarsi nelle condizioni di esclusione di cui al Codice dei contratti pubblici. All'avviso saranno allegate schede dettagliate di ogni singola iniziativa contenenti:

- il programma di massima di ogni specifica iniziativa/evento;
- la tipologia di sponsorizzazione (finanziaria e/o tecnica);
- la scadenza per la presentazione dell'offerta;
- i valori (complessivi e/o dettagliati per singole attività) stimati (IVA esclusa) per la sua realizzazione. Questi ultimi valori non costituiscono in ogni caso vincolo per la formulazione dell'offerta di sponsorizzazione in quanto è possibile presentare offerte anche di importo inferiore.

2. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse.

3. Si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da parte di una commissione nominata con delibera del Consiglio Direttivo.



Via Ponte di Tappia n. 82 - Napoli – 80133
Telefono: 081.9226806

ARTICOLO 10

CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:

- il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà dell'OBCM di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine dell'OBCM, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

ARTICOLO 11

OBBLIGHI A CARICO DELL'ORDIN

1. L'OBCM, quale controprestazione ai beni e/o ai servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:

- riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o nel sito istituzionale dell'OBCM, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
- posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni o locali oggetto della sponsorizzazione;
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dell'OBCM (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, sale d'attesa, ecc.);
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione dell'OBCM (buoni mensa, bollette, carta intestata, etc.);

2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono riportate nel contratto.

3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, grava sullo sponsor nella misura di legge.

ARTICOLO 12

AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'OBCM secondo la disciplina del presente regolamento.

2. L'OBCM, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico

e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare nel rispetto della normativa vigente e dei regolamenti interni.

3. La procedura per la ricerca degli sponsor può essere avviata dall'OBCM anche mediante definizione di specifico avviso contenente le caratteristiche dell'incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto-offerta.

4. L'OBCM riserva la facoltà di articolare il punteggio da assegnare agli elementi progettuali piuttosto che a quelli economici, questi ultimi rappresentati dal compenso richiesto da esprimersi in termini percentuali sul fatturato delle sponsorizzazioni procacciate, in base alle tipologie delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.

ARTICOLO 13

TUTELA DEI MARCHI

1. I contratti di sponsorizzazioni stipulati dall'OBCM possono prevedere clausole inerenti alle garanzie e alle forme di tutela dei marchi, con riferimento all'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi, nel rispetto della normativa vigente in materia.

2. L'OBCM può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative alla tutela del proprio logo e dei propri segni distintivi.

ARTICOLO 14

ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

2. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad IVA di legge", e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo d'IVA. Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.

3. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor all'OBCM del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta all'IVA, e la fatturazione dell'OBCM allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.

4. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:

- a) contributi economici: l'OBCM emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;
- b) cessione gratuita di beni e/o servizi: lo sponsor fatturerà all'OBCM un importo pari al

valore stimato, stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori o dei servizi ceduti. In conseguenza, l'OBCM provvederà ad emettere fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture.

5. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione e alla registrazione del contratto di sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.

6. L'emissione di fattura da parte del dell'OBCM nei confronti dello sponsor avverrà ad avvenuto pagamento.

ARTICOLO 15

CONTROLLI E VERIFICHE

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte degli uffici dell'OBCM, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.

ARTICOLO 16

TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dal personale degli uffici tenuti all'applicazione del presente regolamento.
3. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e/o privati in relazione alle finalità del regolamento.

ARTICOLO 17

RINVIO

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.