

PARTE VII – SPONSORIZZAZIONI

Art. 59. – Finalità.

59.1 – Fondazione regola i presupposti, le condizioni, nonché la scelta delle sponsorizzazioni rispetto al Progetto M4F® nella consapevolezza che il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un’opportunità di finanziamento da rivolgersi al potenziamento dell’iniziativa di cui al Progetto M4F®.

Art. 60. – Definizioni.

60.1. Ai fini della presente Parte si intende:

- a) **sponsor**: imprese, enti o istituzioni che contribuiscono finanziariamente o in natura alla riuscita del Progetto M4F®, con finalità di promozione della ditta/denominazione, marchio, immagine, attività, prodotti o servizi o simili, o comunque di conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi ottenere un beneficio d’immagine o di diffusione dell’immagine o altro beneficio, nel rispetto del principio di trasparenza e pubblicità.
- b) **Fondazione sponsee/sponsorizzato/a**: Fondazione 20 Marzo 2006 che mette a disposizione degli interessati ad assumere la qualità di sponsor la possibilità di promuovere o comunque di conseguire una proiezione positiva di ritorno o comunque un beneficio nei termini chiariti nel punto a) nell’ambito e per la riuscita del Progetto M4F®.
- c) **sponsorizzazione di puro finanziamento**: prestazione proveniente dallo sponsor mediante versamento di denaro a Fondazione.
- d) **sponsorizzazione tecnica**, prestazione, diretta o indiretta, proveniente dallo sponsor secondo modalità “in natura” e consistente nella dazione di beni o in lavori e/o servizi a favore del Progetto M4F®.
- e) **sponsorizzazione mista**, prestazione in parte in beni o in lavori e/o servizi e in parte in denaro proveniente dallo sponsor secondo le modalità rispettivamente chiarite al punto c) e d).
- f) **sponsorizzazione indiretta**, forma di sponsorizzazione mediante la quale lo sponsor si obbliga a retribuire quanto compiuto da terzi, per eseguire lavori, prestare servizi o beni a favore dei Fondazione sponsee.
- g) **contratto di sponsorizzazione”/contrattoSP**: contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale Fondazione sponsorizzata offre, nell’ambito del Progetto M4F® ad un soggetto “sponsor” che si obbliga a versare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una determinata prestazione, diretta o indiretta, in termini di lavori, servizi o forniture, la possibilità di promozione della ditta/denominazione, marchio, immagine, attività, prodotti o servizi o simili, o comunque di conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi ottenere un beneficio d’immagine o altro beneficio nel rispetto del principio di trasparenza e pubblicità, nei modi previsti dal contratto.
- h) **spazio pubblicitario**: lo spazio fisico o virtuale o comunque il supporto alla veicolazione delle informazioni/beni/servizi o altro, messo a disposizione da o tramite Fondazione sponsee per le finalità di promozione dello sponsor.

Art. 61. – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione.

61.1. – Il CDA di Fondazione determina gli indirizzi per il ricorso alla sponsorizzazione in conformità

al presente Regolamento.

61.2. – Fondazione pubblica un avviso permanente, come da modalità di cui all'art. 63, per la raccolta di manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione a favore del Progetto M4F® nel Portale M4F® per categorie merceologiche e secondo la tipologia di cui all'art. 60.1. lett. c), d), e).

61.3. – Le proposte di sponsorizzazione, previa valutazione della sussistenza delle condizioni di ammissibilità di cui all'art. 62. sono scelte dal CDA secondo i criteri di cui all'art. 63 e attivate, salvo la ricorrenza della fattispecie di cui all'art. 64.

Art. 62. – Condizioni di ammissibilità delle proposte di sponsorizzazione.

62.1. – Le proposte di sponsorizzazione non sono comunque sottoposto al vaglio del CDA, quando lo sponsor:

- non risponda alle condizioni di cui agli artt. 94 e 95 D.Lgs. 36/2023 e norme correlate del Codice dei Contratti Pubblici.;
- eserciti una attività in conflitto di interesse con Fondazione 20 Marzo 2006 o gli Enti Fondatori della stessa e le sue/loro finalità;
- abbia in corso una controversia con Fondazione 20 Marzo 2006 o gli Enti fondatori della stessa.

62.2. - Non sono ammissibili le proposte di sponsorizzazione nei seguenti casi:

- motivi di ordine od interesse pubblico e/o violazione di norme di legge o decoro o buon costume;
- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- razzismo, fanatismo, odio e simili;
- pubblicizzazione di tabacco e/o generi di monopolio e, in generale, di prodotti la cui sponsorizzazione sia vietata da norme di legge o regolamentari.

Art. 63. – Procedura di scelta dello sponsor.

63.1. – La scelta dello sponsor è effettuata, per quanto applicabile, nel rispetto dei principi generali contenuti nel Libro I, Parte I, Titolo I del Decreto Legislativo 31 Marzo 2023, n. 36.

63.2. - L'avviso di cui all'art. 61.2., a tal fine, deve contenere, in particolare, almeno le seguenti informazioni:

- a) categorie di soggetti ammessi a partecipare all'indagine di mercato;
- b) eventuale oggetto della sponsorizzazione;
- c) eventuale durata minima del rapporto di sponsorizzazione;
- d) eventuali requisiti ulteriori del soggetto proponente oltre a quelli previsti dall'art. 62.1.,
- e) modalità ed i termini di presentazione della proposta da parte del candidato sponsor;
- f) i criteri di scelta e le condizioni di attribuzione per il caso in cui le proposte di sponsorizzazione rispetto alla medesima categoria risultino plurime.

63.3. – Il vaglio delle proposte interviene a distanza di almeno trenta giorni dalla pubblicazione dell'avviso o dall'aggiornamento dell'avviso di cui all'art. 62.1.

63.4. – Il vaglio delle condizioni di ammissibilità di cui all'art. 62 spetta al RUP.

63.5. – La scelta delle proposte fra quelle considerate ammissibili ai sensi dell'art. 63.4. spetta al CDA della Fondazione.

63.6. – Fondazione procede alla scelta anche nel caso in cui pervenga una sola proposta valida e può riservarsi di non procedere alla aggiudicazione, qualora lo ritenga opportuno e conveniente.

63.7. – Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di singole manifestazioni, iniziative o interventi in cui si esplicita l'attuazione del Progetto M4F®.

63.8. – Fondazione evidenzia la sussistenza o l'assenza di clausole di esclusiva generale o commerciale di cui all'art. 66, specificando gli eventuali criteri per la valutazione di proposte concorrenti.

Art. 64. – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor.

64.1. – Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga a Fondazione una proposta spontanea di sponsorizzazione, Fondazione, in osservanza di quanto previsto all'art. 62, valuta l'ammissibilità della proposta e la rispondenza al Progetto M4F®.

64.2. – Deliberata dal CDA l'opportunità della proposta, quando ammissibile, del potenziale sponsor, ove di importo superiore a quelle indicate all'art 50 del Dlgs 36/2023, Fondazione predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 63 per la durata di almeno trenta giorni.

64.3. – In assenza di ulteriori manifestazioni di interesse nel termine indicato all'art. 64.2., Fondazione contratta direttamente con il potenziale sponsor.

64.4. – Diversamente, Fondazione attua una procedura comparativa a termini dell'art. 63.

Art. 65. – Contratto di sponsorizzazione.

65.1. – La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto;
- b) il valore della sponsorizzazione;
- c) la forma di corrispettivo e le modalità di pagamento;
- d) la durata del contratto;
- e) gli impegni e/o obblighi del soggetto sponsorizzato - sponsee;

- f) forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte del soggetto sponsorizzato - sponsee;
- g) eventuale disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
- h) gli impegni e/o obblighi dello sponsor e le modalità di gestione del logo del soggetto sponsorizzato - sponsee ove previsto;
- i) l'eventuale diritto di "esclusiva";
- j) il recesso;
- k) l'inadempimento e la risoluzione del contratto;
- l) la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto;
- m) le spese e disposizioni contrattuali finali.

65.2. – Quando corrispettivo della sponsorizzazione sia l'esecuzione di lavori, servizi o forniture, i contratti a tal fine stipulati contengono anche l'esatta individuazione dei lavori, servizi o forniture da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

65.3. – Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario.

65.4. – Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto da Fondazione e lo sponsor.

65.5. – Al momento della stipula, il RUP nomina il DEC chiamato a vigilare sulla esecuzione del contratto.

Art. 66 – Regolazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali.

66.1. – Fondazione può definire il rapporto con lo sponsor sulla base di clausole di esclusiva generale o commerciale qualora ritenga che tali disposizioni contrattuali possano risultare utili per sollecitare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative o comunque, in ogni caso, quando sia ritenuto utile per la riuscita del Progetto M4F®.

66.2. – In relazione a quanto previsto dall'art. 66.1.:

- a) la clausola di esclusiva generale comporta la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
- b) la clausola di esclusiva commerciale comporta la formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.

66.3. – In ogni caso, l'eventuale inserimento di clausole di esclusiva nei contratti di sponsorizzazione non comporta incompatibilità con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali il patrocinio od iniziative di sensibilizzazione correlate a spazi, beni e tematiche di interesse collettivo.

Art. 67 - Verifiche e controlli.

67.1. – Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del DEC, al fine di accertare la correttezza quanto ai contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi convenuti.

67.2. – Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente riferite al RUP e contestate allo sponsor da parte di Fondazione.

67.3. – La comunicazione e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

PARTE VIII – Varie.

Art. 68 – Controversie.

68.1. – Ogni controversia relativa all'interpretazione e/o applicazione del presente Regolamento è sottoposta al competente Foro di Torino, secondo le vigenti procedure previste dalla legge.

Art. 69 – Trattamento dati personali.

69.1. – I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dalla legge in materia di protezione dei dati personali.

69.2. – Il titolare del trattamento dei dati personali, ai sensi dell'art. 4, par. 1, n. 7 del Regolamento UE 2016/679 sulla protezione dei dati personali ("RGPD"), è Fondazione 20 Marzo 2006 e responsabile del trattamento dei dati personali è il presidente *pro tempore*.

69.3. – I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti tenuti all'applicazione del presente Regolamento e possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle necessità e finalità del medesimo Regolamento e in generale del Progetto M4F®.

Art. 70 - Entrata in vigore del Regolamento e modalità di approvazione e acquisto di efficacia delle modifiche.

70.1. – Il Regolamento è approvato dal CDA e acquista efficacia dal momento della pubblicazione sul Portale M4F®.

70.2. – Eventuali revisioni del presente Regolamento connesse a meri aggiornamenti normativi o procedurali possono essere apportate con specifica determinazione del RUP e conseguente informativa al CDA e acquistano efficacia dal momento della pubblicazione sul Portale M4F®.

70.3. – Salvo il caso di cui all'art. 70.2, le modifiche del Regolamento sono sottoposte alla disciplina di cui all'art. 70.1.