

ISTITUTO DEGLI INNOCENTI

Istituto
degli
Innocenti



R E G O L A M E N T O

per la disciplina e la gestione delle economie derivanti dalle sponsorizzazioni e dei risparmi derivanti dalle convenzioni per la fornitura di consulenze e di erogazione di beni e servizi

*Art. 43, commi 3 e 4
della legge 27.12.1997, n. 449*

*Art. 15, comma 1, lettera d) del CCNL 1.4.1999
(Comparto Regioni e EE.LL.)*

Approvato con delibera del Consiglio di amministrazione n. 62 del 24 novembre 2017

SOMMARIO

TITOLO I – PARTE GENERALE.....	3
Art. 1 – Finalità.....	3
Art. 2 – Contenuti e destinatari	3
Art. 3 - Definizioni.....	4
TITOLO II – SPONSORIZZAZIONI.....	5
Art. 4 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor	5
Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione	6
Art. 7 - Diritto di rifiuto alle sponsorizzazioni	6
TITOLO III – CONVENZIONI	7
Art. 8 - Procedure per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi	7
TITOLO IV – UTILIZZO DEI RISPARMI	8
Art. 9 - Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni	8
Art. 10 - Utilizzo degli introiti derivanti da convenzioni	8
Art. 11 – Transito dal fondo del salario accessorio	8
TITOLO V – DISPOSIZIONI FINALI.....	10
Art. 12 - Aspetti fiscali	10
Art. 13 - Verifiche e controlli	10
Art. 14 – Disciplina transitoria.....	10

TITOLO I – PARTE GENERALE

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina l'utilizzo delle economie derivanti dalle attività di sponsorizzazione e dalle convenzioni con soggetti pubblici o privati dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/97, nella logica di concretizzare più generalmente obiettivi di risparmi di gestione in attuazione delle disposizioni dello Statuto e dei regolamenti dell'Ente, delle disposizioni contenute nel medesimo art. 43 della legge 449/97 nonché nell'art. 15 comma 1, lett. d) del CCNL 1.4.99 come sostituito dall'art. 4 comma 4 del CCNL 5.10.2001.
 2. Le sponsorizzazioni sono finalizzate a favorire l'efficacia, l'efficienza e l'economicità dell'organizzazione nonché a migliorare la qualità dei servizi prestati.
 3. Le convenzioni con soggetti pubblici o privati o con associazioni senza fini di lucro dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari hanno la finalità di favorire l'immagine positiva dell'ente, di aumentarne gli introiti e di mettere a disposizione di altri il know - how del proprio personale.
- .

Art. 2 – Contenuti e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici, privati ed associazioni senza fini di lucro per realizzare o acquisire a titolo gratuito lavori, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività mediante dazione di danaro o accollo del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti originariamente previsti nei programmi di spesa del bilancio o negli altri atti di programmazione generale dell'ente. Attraverso le sponsorizzazioni vengono realizzate espresse economie di bilancio, per effetto della realizzazione dell'attività oggetto di sponsorizzazione da parte dello sponsor.
2. Le iniziative di sponsorizzazione sono direttamente collegate agli obiettivi individuati in sede di programmazione delle attività da parte del Consiglio di Amministrazione dell'Istituto e/o dal Piano attuativo annuale di cui all'art. 5 del Regolamento di organizzazione dell'Istituto degli Innocenti.
3. Resta salva la possibilità che siano messe in atto e valorizzate iniziative di sponsorizzazione anche non programmate che si concretizzino in corso d'anno e che contribuiscano al perseguimento dell'interesse pubblico connesso alla realizzazione di economie e risparmi di gestione.
4. Le convenzioni con soggetti pubblici o privati o con associazioni senza fini di lucro sono dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari forniti dall'Ente e hanno lo scopo di supportare, sulla base di specifiche professionalità ed esperienze, enti pubblici o privati che ne facciano richiesta.

Art. 3 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- per “contratto di sponsorizzazione”, il contratto mediante il quale un soggetto pubblico o privato (sponsor) si obbliga a versare una somma in denaro, a realizzare lavori, a fornire e/o acquistare beni e servizi a favore dell’Ente a fronte dell’impegno assunto da quest’ultimo di veicolare il marchio, il logo o altri messaggi promozionali nell’ambito delle proprie iniziative istituzionali;
- per “sponsorizzazione”, ogni contributo in denaro, lavori, beni, servizi, prestazioni o interventi a favore dell’Ente, recato da un soggetto che intende promuovere la propria ragione sociale, il proprio marchio, le proprie attività, i propri prodotti, ovvero conseguire un beneficio di immagine;
- per “sponsor”, il soggetto pubblico o privato che intende sostenere l’iniziativa di sponsorizzazione sottoscrivendo il relativo contratto;
- per “sponsee”, l’Ente che intende avvalersi delle sponsorizzazioni;
- per “spazio pubblicitario”, lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messi a disposizione dall’ente per la pubblicità dello sponsor;
- per “convenzione per la fornitura di consulenze e servizi” qualsiasi convenzione stipulata tra l’ente e altro soggetto pubblico o privato o con associazioni, senza fini di lucro, con i quali il primo si obbliga a fornire servizi aggiuntivi rispetto ai propri servizi ordinari.

TITOLO II – SPONSORIZZAZIONI

Art. 4 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

- 1.L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte dell'ente è realizzata nei seguenti modi:
 - nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del proprio patrimonio, l'Ente garantisce la pubblicizzazione della sponsorizzazione attraverso, ad esempio, il posizionamento di cartelli o targhe recanti il nominativo, il logo etc. dello sponsor;
 - nel caso di manifestazioni, iniziative e progetti finanziati dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor e/o la notizia della sponsorizzazione potranno essere inseriti nel materiale promo-pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, periodici, tabelloni luminosi, comunicati stampa ecc) nonché nel sito web istituzionale e nei canali *social* dell'Ente.
- 2.Lo sponsor può sottoporre ulteriori specifiche richieste di pubblicizzazione del proprio contributo all'Ente che decide al riguardo con proprio provvedimento, previa informazione al Consiglio di Amministrazione.

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

- 1.La sottoscrizione di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro è preceduto dalla previa pubblicazione sul sito internet dell'Istituto degli Innocenti, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, con l'indicazione sintetica del contenuto del contratto proposto.
- 2.Nell'avviso devono essere indicati l'oggetto della sponsorizzazione, le prestazioni dovute dallo sponsor e quelle offerte dallo sponsee e le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
- 3.L'offerta di sponsorizzazione deve essere presentata in forma scritta e di regola indica:
 - il lavoro, il bene, il servizio, l'attività o la prestazione oggetto di sponsorizzazione;
 - l'accettazione delle condizioni stabilite dall'Ente per l'iniziativa oggetto della sponsorizzazione.
- 4.L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni:
 - per le persone fisiche:
 - a) l'inesistenza delle condizioni ostative a contrattare con la pubblica Amministrazione di cui agli artt.120 e seguenti della legge 24.11.1981 n. 689 e di ogni altra situazione considerata alla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
 - per le persone giuridiche, oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

5. La pubblicazione dell'avviso di cui al comma 1 non è necessaria per la negoziazione delle sponsorizzazioni di lavori, servizi o forniture per importi inferiori a quarantamila euro.

6. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare direttamente i lavori deve possedere i requisiti previsti in materia di qualificazione dei progettisti e degli esecutori.

7. Tutte le offerte di sponsorizzazione presentate, sia a seguito di avviso sia direttamente, sono sottoposte alla valutazione del Consiglio di Amministrazione, previo parere del Direttore Generale o del Dirigente/Responsabile di servizio competente per materia.

8. Le eventuali sponsorizzazioni provenienti da enti costituiti e partecipati interamente dall'Istituto degli Innocenti quali soggetti strumentali che operano esclusivamente a favore dell'Istituto stesso sono acquisite con procedura semplificata a seguito di ricezione di una comunicazione da parte degli enti medesimi contenente l'indicazione:

- dell'oggetto, del valore nonché delle modalità di attuazione della sponsorizzazione correlata a specifiche progettualità coerenti con la programmazione già definita dal Consiglio di Amministrazione dell'Istituto;
- delle modalità proposte per la pubblicizzazione della sponsorizzazione medesima.

Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione prevede:

- a) l'oggetto e il valore della sponsorizzazione, nonché le modalità di attuazione della stessa;
- b) gli obblighi dello sponsor;
- c) gli obblighi dello sponsee;
- d) il tempo di durata della sponsorizzazione;
- e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze delle parti.

Art. 7 - Diritto di rifiuto alle sponsorizzazioni

1. L'Ente, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

TITOLO III – CONVENZIONI

Art. 8 – Convenzioni

1. Le convenzioni oggetto del presente regolamento sono le convenzioni di cui all'art. 43 della legge 449/1997 che hanno per oggetto la fornitura da parte dell'Ente di consulenze e servizi aggiuntivi rispetto ai servizi ordinari a vantaggio di soggetti pubblici e privati sulla base di piani, annuali o pluriennali, di attuazione disciplinanti gli obblighi reciproci.

TITOLO IV – UTILIZZO DELLE ECONOMIE DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI E DAI RISPARMI DERIVANTI DALLE CONVENZIONI

Art. 9 - Utilizzo delle economie derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le spese previste nel bilancio e/o negli altri atti di programmazione generale dell'ente non sostenute per effetto delle sponsorizzazioni ottenute sono considerate economie.
2. Le economie di cui al comma 1 possono essere utilizzate nella misura del 50%, al lordo degli oneri a carico dell'Ente, per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL 1.4.1999.
3. La restante quota del 50% dell'economia resta acquisita al bilancio dell'Ente.

Art. 10 - Utilizzo dei risparmi derivanti da convenzioni

1. Il 50 per cento delle somme derivanti dalle convenzioni con soggetti pubblici o privati o con associazioni senza fini di lucro dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari, dedotte tutte le spese dirette connesse all'attuazione delle convenzioni stesse (spese per affidamenti di incarichi, per affidamenti di servizi o acquisizione di beni e forniture, etc nonché le spese per il personale da reclutare specificamente a seguito del convenzionamento), costituisce economia di bilancio.
2. L'altro 50%, al lordo degli oneri a carico dell'Ente, è destinato alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL 1.4.99.
3. Per determinare l'importo di cui al comma 2 precedente si procede nel seguente modo:
(+) entrata da convenzione;
(-) tutte le spese dirette connesse all'attuazione delle convenzioni stesse (spese per affidamenti di incarichi, per affidamenti di servizi o acquisizione di beni e forniture, etc nonché le spese per il personale da reclutare specificamente a seguito del convenzionamento);
(=) importo netto rimanente ("ricavi netti") da considerare al 50%.
4. Gli importi di cui al comma 2 del presente articolo nonché al comma 2 dell'art. 9 sono preventivamente validati dal Responsabile del Servizio Bilancio e controllo di gestione dell'Ente e certificati dal Collegio dei Revisori dell'Istituto.

Art. 11 – Transito dal fondo del salario accessorio

1. Gli importi di cui agli articoli 9, comma 2 e 10, comma 2, sono accantonati nel fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL 1.4.99 e destinati a favore del personale dipendente non dirigente dell'Istituto degli Innocenti.
2. I criteri di erogazione delle somme vengono stabiliti dal contratto integrativo decentrato con valenza su più anni o di anno in anno.
3. All'inizio dell'anno, l'Ente stima in via presuntiva, e per quanto possibile in relazione alle informazioni in suo possesso, le risorse che potrebbero entrare nella disponibilità del fondo del

salario accessorio ai sensi del presente regolamento al fine di avviare, fin dall'inizio dell'esercizio, la contrattazione integrativa decentrata in relazione ai criteri di cui al comma 2.

4. Al termine di ciascun esercizio, l'Ente quantifica le risorse definitive che, sulla base di quanto previsto agli articoli 9 e 10 nonché della validazione da parte del Responsabile del Servizio Bilancio e controllo di gestione dell'Ente e della certificazione dal Collegio dei Revisori dell'Istituto, possono integrare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL 1.4.99 ed essere destinate a favore del personale dipendente non dirigente dell'Istituto degli Innocenti.

5. Al termine di ciascun esercizio, l'Ente, dopo aver provveduto alla quantificazione di cui al precedente comma 4, provvede, con apposito atto, ad indicare le risorse che, in base al presente regolamento, costituiscono voci ad incremento definitivo del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL 1.4.99 per l'esercizio di riferimento. L'utilizzo di tali risorse viene stabilito a livello di contrattazione integrativa aziendale.

TITOLO V – DISPOSIZIONI FINALI

Art. 12 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione della sponsorizzazione può coincidere con l'intero stanziamento previsto in bilancio o in altri atti di programmazione generale dell'Ente per la specifica iniziativa o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati previsti a fronte delle risorse stanziare nel programma di spesa interessato.

2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo di cui al comma precedente.

3. Il valore dell'importo derivante dalla fornitura di consulenze ed erogazione di beni e servizi corrisponde all'importo stabilito nella convenzione di cui all'articolo 8 del presente Regolamento.

Art. 13 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte degli uffici competenti, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti per quanto attinenti ai contenuti tecnici, quantitativi, qualitativi e temporali.

2. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 14 – Disciplina transitoria

1. Per il solo esercizio 2017, quale disciplina meramente transitoria, sono considerate, ai fini dell'utilizzo disciplinato dal Titolo IV del presente regolamento, tutte le sponsorizzazioni pervenute all'Istituto, con qualsiasi modalità e a qualsiasi titolo, nel corso dell'esercizio medesimo purchè abbiano effettivamente generato economie di spesa a beneficio del bilancio dell'Ente.