

REGOLAMENTO PER LE SPONSORIZZAZIONI

PARTE I - I PRINCIPI GENERALI

- A. L'Associazione Milano & Partners (in seguito anche detta "Milano&Partners" o "Associazione") è l'agenzia di promozione ufficiale della città di Milano. Essa opera attraverso il brand YesMilano per attrarre nuovi visitatori, talenti e investimenti sul territorio metropolitano. Al fine di raggiungere i suoi scopi statutari, valorizza relazioni e accordi di sponsorizzazione con persone fisiche, imprese, e organizzazioni che condividano l'obiettivo di supportare la crescita di Milano e la sua internazionalizzazione.
- B. Le sponsorizzazioni attivate da Milano&Partners devono essere utili allo sviluppo dei suoi fini istituzionali e non possono essere contrarie a criteri di pubblica utilità.
- C. Le sponsorizzazioni non possono costituire alcun elemento di favore nei confronti di alcun soggetto, pubblico o privato. In particolare, lo sponsor non può in alcun modo essere favorito nell'utilizzo dei servizi offerti da Milano&Partners.
- D. Le sponsorizzazioni non possono condizionare l'autonomia di scelta e l'indipendenza di Milano&Partners. Nessun dipendente o membro dell'Associazione può in alcun caso ricevere alcun beneficio o contributo personale in relazione alle sponsorizzazioni.
- E. Milano&Partners mantiene un approccio aperto e caratterizzato da uguali opportunità di informazione verso qualunque soggetto, pubblico o privato, che manifesti principi e modalità operative coerenti con i propri principi e i propri scopi e, più in generale, con la valorizzazione dell'immagine di Milano in ambito nazionale e internazionale, in un'ottica improntata alla sostenibilità.
- F. La gestione delle sponsorizzazioni da parte dell'Associazione è improntata ad una completa trasparenza delle informazioni. Milano&Partners pubblica, nella sezione Amministrazione Trasparente del sito web www.yesmilano.it, le iniziative oggetto di sponsorizzazione e l'elenco annuale degli sponsor. Ulteriori informazioni sulle singole sponsorizzazioni possono essere fornite su richiesta.

PARTE II - REGOLAMENTAZIONE

Art. 1 - Finalità

Il presente Regolamento disciplina l'attività di sponsorizzazione, da parte di soggetti terzi, di eventi, progetti, iniziative e attività promossi, organizzati o gestiti da Milano&Partners nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 e dall'art. 134 del Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n. 36.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, la realizzazione di maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati.

Art. 2 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende per:

- a) "sponsorizzazione": ogni contributo in beni o servizi, prestazioni, denaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione o denominazione sociale, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
- b) "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive, mediante il quale Milano&Partners (sponsee) offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o ad erogare servizi/beni a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare, in appositi, determinati spazi e per un periodo definito, nome, logo, marchio o prodotti;
- c) "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con Milano&Partners;
- d) per "sponsorizzazione passiva": il contratto di sponsorizzazione in cui l'Associazione assume il ruolo di sponsee;
- e) "sponsorizzazione tecnica": la sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna a svolgere determinate attività, consistenti nella fornitura di beni, nell'erogazione di servizi o nell'esecuzione di lavori in favore dello sponsee;
- f) "sponsorizzazione di puro finanziamento": la sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna esclusivamente al riconoscimento di un contributo e non anche allo svolgimento di altre attività.

Art. 3 – Lo Sponsor

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

persone fisiche, persone giuridiche, aventi o meno scopo di lucro o finalità commerciali, le associazioni professionali, le associazioni senza fini di lucro, costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di Milano&Partners.

Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con Milano&Partners o che esercitino attività in conflitto di interesse con attività pubbliche.

Art. 4 – Oggetto di Sponsorizzazione

Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:

- la fornitura di materiale o beni/attrezzature;
- la fornitura di una prestazione di servizio;
- la fornitura di un contributo in denaro;
- la realizzazione integrale o parziale di un'opera o di un intervento previsti nel bilancio di Milano&Partners.

Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Il Consiglio Direttivo dell'Associazione Milano&Partners, nonché i dirigenti della stessa, nell'ambito degli obiettivi strategici individuati nei documenti di programmazione aziendale, possono formulare, con appositi provvedimenti, indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione, e definire modalità e risorse per il ricorso alla sponsorizzazione nel proprio settore di competenza, in conformità al presente Regolamento.

Il ricorso alla sponsorizzazione, salvo contrasto con disposizioni di legge, può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, le prestazioni ed i servizi espletati da Milano&Partners.

Art. 6 – Modalità di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione possono assumere, a titolo esemplificativo e non esaustivo, le seguenti forme:

- presenza del marchio dello sponsor sui materiali ufficiali di comunicazione (pubblicazioni, programma dell'evento, manifesti, locandine, cartella stampa, canali multimediali ecc.);
- partecipazione ai momenti salienti di presentazione dell'evento: conferenza stampa, evento inaugurale, ecc.;
- riconoscimento del diritto di associazione dell'immagine dell'Azienda Sponsor a quella dell'evento, seminario, convegno sponsorizzato per proprie attività pubblicitarie;
- inserimento sul sito www.yesmilano.it di uno o più banner pubblicitari dedicati;
- creazione di una pagina web o di spazi dedicati allo sponsor sul sito www.yesmilano.it, sia in occasione di eventi e workshop, sia come contenuti permanenti del portale (es. articoli);

- inserimento di un banner pubblicitario nella Newsletter settimanale “Guida alla città” o promozione dell’evento/brand attraverso i contenuti pubblicati nella newsletter, riconoscimento di spazi sulla corrispondenza;
- inserimento di un banner pubblicitario nella Newsletter Students o promozione dell’evento/brand attraverso i contenuti pubblicati nella newsletter, riconoscimento di spazi sulla corrispondenza;
- produzione di Newsletter dedicata;
- produzione di un numero (da definire con lo sponsor) di contenuti sugli account social di Milano&Partners e/o brandizzati YesMilano;
- spazi nell’ambito di propri stand fieristici.

Tutte le modalità di sponsorizzazione possono essere personalizzate.

Art. 7 – Sponsorizzazioni plurime

Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di singole manifestazioni, iniziative o interventi. Sono altresì ammesse le sponsorizzazioni per lotti di interventi o fasi di manifestazioni o iniziative.

Art. 8 – Procedura per la scelta dello sponsor

1. La scelta dello Sponsor è effettuata nel rispetto dei principi contenuti nel Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n. 36.
2. Quando un contratto di sponsorizzazione accede ad un contratto principale di acquisto di beni e servizi, la procedura di scelta del contraente è disciplinata dalle normative vigenti in materia, cui si rimanda.
3. Al di fuori dell’ipotesi descritta al comma 2 la scelta dello sponsor è effettuata, nei casi indicati dall’art. 134 del Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n. 36, mediante procedura comparativa ad evidenza pubblica con pubblicazione di apposito avviso.
4. All’avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione, per almeno 30 giorni, sul sito internet di Milano&Partners.
5. L’avviso deve contenere, in particolare, almeno le seguenti informazioni:
 - eventuali categorie di soggetti ammessi a partecipare all’indagine di mercato;
 - oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
 - durata del rapporto di sponsorizzazione;
 - esatta determinazione delle modalità di sponsorizzazione;

- i requisiti del soggetto proponente, le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.

L'aggiudicazione può avvenire sulla base del miglior prezzo offerto ovvero dell'offerta economicamente più conveniente secondo i parametri preventivamente individuati nell'avviso. Nell'avviso può essere previsto che più soggetti siano ammessi a concorrere congiuntamente per l'affidamento del contratto: in tale caso l'avviso indica il numero massimo d'impresе che potranno essere coinvolte e i criteri di suddivisione dell'importo/prestazione oggetto della sponsorizzazione. L'avviso dovrà contenere i requisiti soggettivi richiesti per la partecipazione, nonché le informazioni relative al tipo di sponsorizzazione e le condizioni di attribuzione.

La valutazione delle offerte, nel rispetto dei criteri fissati nel capitolato o progetto, è affidata ad una Commissione interna nominata dal Direttore. La Commissione redige apposito verbale e stila una graduatoria qualora siano pervenute più offerte valide.

L'Associazione può procedere all'aggiudicazione anche nel caso in cui pervenga una sola offerta valida, o non procedere alla aggiudicazione, qualora lo ritenga opportuno e conveniente.

Nel caso in cui vengano individuate più ipotesi di sponsorizzazione per la stessa attività/fornitura, sulla base della graduatoria approvata, gli spazi di cui all'art. 6 potranno essere assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor, in ordine di graduatoria.

In deroga a quanto previsto nel presente articolo, il Direttore di Milano&Partners può disporre, previa istruttoria sugli effettivi benefici, la stipulazione del contratto di sponsorizzazione con incarico diretto nei seguenti casi:

- sponsorizzazione di importo pari o inferiore a 40.000,00 Euro;
- fornitura o prestazione eseguibili da un solo soggetto con i requisiti tecnici ed il grado di perfezione richiesti, oppure fornitura riguardante beni la cui produzione è garantita da privativa industriale;
- completamento di beni o servizi acquisiti da un determinato fornitore;
- mancanza di offerte valide a seguito di avviso pubblico.

Art. 9 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga all'Associazione una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Direttore, in osservanza di quanto previsto all'art. 1, valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente Regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte dell'organo competente, ove di importo superiore a euro 40.000,00, predisporre apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 8, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.

2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dall'Associazione. In questo caso, il promotore originario, in forza di prelazione, è dichiarato

aggiudicatario.

3. Milano&Partners si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione/ collaborazione/convenzione qualora ritenga che non sussistano le condizioni di cui ai precedenti articoli.

Art. 10 – Contratto di sponsorizzazione

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.

Quando Milano&Partners abbia individuato come corrispettivo della sponsorizzazione 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.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo Sponsor e dal Direttore di Milano&Partners o da un suo delegato che abbia attivato e gestito la procedura di sponsorizzazione e di scelta

dello sponsor; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 11 - Regolazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. Milano&Partners 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.
2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 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.
3. Milano&Partners evidenzia la sussistenza o l'assenza di clausole di esclusiva generale o commerciale nelle procedure preliminari alla stipulazione di un contratto di sponsorizzazione, specificando gli eventuali criteri per la valutazione di proposte concorrenti.
4. 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. 12 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

Milano&Partners, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure previste per gli appalti di servizi indicate dal Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n. 36.

Art. 13 – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

Milano&Partners può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.

In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

Art. 14 - Utilizzo dei proventi e delle economie di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Le somme introitate a titolo di corrispettivo dalle sponsorizzazioni saranno utilizzate per finanziare le attività di Milano&Partners, privilegiando la promozione, divulgazione e realizzazione dell'evento, programma, iniziativa o attività oggetto di sponsorizzazione.

Le prestazioni oggetto dei contratti di sponsorizzazione / accordi di collaborazione / convenzioni disciplinate dal presente Regolamento sono assoggettate alle vigenti disposizioni in materia fiscale.
