

MO.VER. S.p.A.

REGOLAMENTO PER LA CONCESSIONE ED EROGAZIONE DI SOVVENZIONI, CONTRIBUTI, SUSSIDI E AUSILI FINANZIARI, NONCHE' OGNI ATTRIBUZIONE DI VANTAGGI ECONOMICI DI QUALUNQUE GENERE AD ENTI PUBBLICI E PRIVATI

Art 1. Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento, adottato ai sensi dell'art. 12 della L.07/08/1990 n.241 ess.mm., determina criteri e modalità per la concessione ed erogazione di sovvenzioni, contributi, sussidi e ausili finanziari, nonché ogni attribuzione di vantaggi economici di qualunque genere ad Enti pubblici e privati.
2. MO.VER.S.p.A. nel corso degli anni ha avviato iniziative di comunicazione per creare maggiore condivisione, coesione, diffusione delle informazioni e coinvolgimento dei lavoratori, all'insegna dell'integrazione, della trasparenza e dello sviluppo dell'immagine e della reputazione aziendale, può considerare, con le medesime finalità, la partecipazione a progetti di solidarietà e di cooperazione, a progetti di valenza sociale attinenti con i servizi erogati.
3. Sulla base delle analisi fatte in relazione all'applicazione del D.lgs. n. 231/01, non è esclusa la facoltà di MO.VER.S.p.A di effettuare sponsorizzazioni e di aderire alle richieste di contributi. Inoltre, detti interventi finanziari dovranno essere erogati in favore di attività di elevato valore culturale e/o sociale in linea con la filosofia della società e attinenti con i servizi dalla stessa erogati. Quanto alle donazioni MO.VER.S.p.A non ammette alcuna forma di regalo che possa essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia o comunque rivolta a far acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività ad essa collegabile. E' inoltre vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici italiani ed esteri, o a loro familiari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio e comunque che non siano di "modico valore" (massimo euro 100). Si precisa che tali principi concernono sia i regali promessi od offerti intendendosi per regalo qualsiasi tipo di beneficio (partecipazione gratuita a convegni, promessa di un'offerta di lavoro, etc.).
4. Ai sensi inoltre del protocollo interno "rapporti con la P.A." – punto 1.5. a cui si rinvia, *"...E' vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici italiani ed esteri, o a loro familiari, che possa influenzarne l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio per l'azienda. Negli altri casi si applicano le specifiche contenute nel Codice etico"*.
5. Ai sensi inoltre del protocollo interno "rapporti con la P.A." – punto 1.6. a cui si rinvia, *"...Donazioni, finanziamenti ovvero elargizioni di borse di studio potranno essere effettuate unicamente a favore della P.A.."*

6. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità per la Società, finalizzata a favorire la divulgazione di progetti aziendali, delle corrette modalità di fruizione del servizio di gestione della sosta a pagamento e in generale a favorire l'immagine e la conoscenza dell'Azienda, della Carta dei servizi e delle proprie modalità operative, migliorando la qualità dei servizi erogati.

Art 2. Definizioni

1. A fine di presentare regolamento si intende per:

- a) *Vantaggi economici*: per vantaggi economici si intende la messa a disposizione da parte di MO.VER. di prestazioni e servizi gratuiti, ovvero a tariffe agevolate, e di apporti professionali e di lavoro di dipendenti Aziendali;
- b) *Contratto di sponsorizzazione*: per contratto di sponsorizzazione, si intende un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o prestare servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (*sponsee*) la quale le 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, servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto;
- c) *Sponsorizzatore o Sponsor*: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
- d) *Sponsorizzato o Sponsee*: il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello *sponsor* nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;
- e) *Spazio pubblicitario*: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor;

Art 3. Presupposti ed esclusioni

1. L'utilizzazione delle forme contrattuali di cui trattasi è ammessa ove sussistano contemporaneamente le seguenti condizioni:
 - a) il perseguimento degli interessi Aziendali;
 - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse;
2. Le stesse possono essere utilizzate per realizzare iniziative in ambito culturale, sociale e sportivo, di attività di promozione e valorizzazione del territorio, come meglio definite all'Art 5 (Ambiti) del presente Regolamento.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione e dai contributi/donazioni quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con la Società o che esercitino attività in conflitto di interesse con attività pubbliche.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni e i contributi/donazioni riguardanti eventi manifestamente di:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione e/o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico od a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art 4. Donazioni e contributi

4. MO.VER. può riservare delle somme di denaro a fini indicati all'art. 1 da utilizzare per promuovere progetti di solidarietà volti alla realizzazione di interventi specifici da parte della P.A.
5. Attraverso queste iniziative si intende promuovere eventi di rilevanza sociale con la finalità di sensibilizzare il personale dell'Azienda e i cittadini nei confronti della mobilità urbana, valorizzare l'immagine aziendale e diffondere la conoscenza della carta dei servizi in chiave di "*customer satisfaction*".
6. Le finalità di cui sopra potranno essere perseguite altresì attraverso lo svolgimento di servizi gratuiti, rientranti tra quelli che la Società eroga.
7. I contenuti minimi e la procedura per la concessione di contributi e donazioni sono quelli indicati ai successivi art. 7 e 8. Quanto in essi previsto in relazione al "contratto", nel caso di donazioni e contributi, è inteso come riferito ad una corrispondenza scritta tra società è soggetto proponente.
8. I pagamenti e i controlli seguono le prescrizioni contenute nei successivi art. 11 (ad eccezione del punto 3) e 12.

Art 5. Scelta della sponsorizzazione

Finalità

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. La sponsorizzazione dell'Società è volta ad ottenere il beneficio di espandere la conoscenza della propria attività attraverso la specifica attività sponsorizzata. MO.VER. ritiene che il beneficio per l'Azienda e il successo della sponsorizzazione saranno tanto maggiori quanto maggiore sarà la comunanza di valori e di immagine tra l'azienda e il soggetto sponsorizzato. L'obiettivo di fondo delle sponsorizzazioni è quello di incrementare la sensibilizzazione degli utenti nei confronti dei messaggi e dell'operato di MO.VER. S.p.A..
3. La sponsorizzazione è portatrice di valore e valori, intrecciando una dimensione quantitativa

– data dai valori di esposizione – con una dimensione qualitativa, data dai valori concettuali e tematici, e di relazione. Per MO.VER., la sponsorizzazione ha l’obiettivo di far conoscere la propria organizzazione, di elevarne il profilo dell’immagine e di creare benevolenza nei suoi confronti presso l’opinione pubblica anche e soprattutto attraverso la maggior conoscenza delle modalità operative.

4. Quindi, i principali obiettivi che MO.VER. vuole e può ottenere quando decide di comunicare attraverso la sponsorizzazione o l’organizzazione in proprio di un evento sono:

- a) associarsi ai valori di comunicazione dell’evento: nell’integrazione tra evento e *sponsor* risiede il valore aggiunto della sponsorizzazione rispetto alla presenza pubblicitaria.
- b) segmentare la comunicazione con i propri pubblici attraverso incontri diretti: attraverso la partecipazione dell’Azienda all’evento si vuole anche raggiungere l’obiettivo di interagire maggiormente con il cittadino, attraverso una comunicazione a livello personale o a piccoli gruppi.
- c) creare o rafforzare la propria notorietà e immagine.

Ambiti

5. La sponsorizzazione per MO.VER. riguarderà eventi principalmente operantini e seguenti settori:

- a) viabilità e mobilità: si tratta di tutte le iniziative direttamente connesse con i servizi erogati dalla società.
- b) sociale e ambientale: si tratta di manifestazioni in ambito ambientale, dell’ecologia (mobilità sostenibile), del sostegno alle fasce più deboli della popolazione e ai portatori di handicap.
- c) *Edutainment*: si tratta di attività che uniscono l’istruzione al divertimento, orientate principalmente ai bambini e ai ragazzi, e realizzate perlopiù attraverso mostre, parchi a tema, progetti scuola.
- d) eventi sportivi ‘di base’: si tratta di eventi relativi allo sport amatoriale e locale attinenti alla mobilità (es. ciclopedalate). Il sistema valoriale proprio dello sport, infatti, non può essere riferito ai soli ambiti fisico e ludico, ma anche ad esigenze e motivazioni legate alla valorizzazione della mobilità sostenibile.

Art 6. Normativa in tema di sponsorizzazione

1. Qualsiasi intervento sarà concesso previa dichiarazione che l’iniziativa avverrà nel rispetto di tutte le leggi nazionali, regionali e dei regolamenti locali.
2. MO.VER. in ogni caso resta estranea nei confronti di qualsiasi rapporto o obbligazione che si costituisce tra i beneficiari dei contributi e soggetti terzi.
3. MO.VER. non assume alcuna responsabilità in merito all’organizzazione e allo

- svolgimento di manifestazioni, iniziative e attività alle quali ha concesso contributi.
4. Le diverse caratteristiche che il contratto di sponsorizzazione può assumere non sono ricavabili da fonti normative ma devono essere costruite sulla base degli orientamenti espressi dalla dottrina, che si è occupata soprattutto del settore dello sport. In ogni caso, volendo definire il profilo giuridico più corretto dello strumento in esame, potremmo dire che la sponsorizzazione si qualifica come un contratto innominato o atipico con fini pubblicitari, non classificabile cioè secondo gli schemi tradizionali delle regole civilistiche.
 5. La verificata impossibilità di ricondurre il contratto di sponsor-ship nell'ambito di altre tipologie negoziali nominate e definite dalla disciplina codicistica ha, quindi, avvalorato l'orientamento di qualificare il contratto in esame come negozio atipico a prestazioni corrispettive, solitamente onerose. Da ciò deriva che, almeno con riferimento al settore privato, la disciplina applicabile deve essere determinata di volta in volta in relazione al contenuto degli obblighi concordati dalle parti ovvero, se lo *sponsor* opera un trasferimento della proprietà dei beni, si applicherà (in quanto compatibile) la normativa relativa alla compravendita, mentre, se lo *sponsor* attua una concessione di propri beni in uso temporaneo, potrà applicarsi la disciplina relativa ai contratti di prestito.
 6. L'inserimento della sponsorizzazione nell'ambito dell'attività pubblicitaria comporta, anche l'assoggettamento alla relativa disciplina.
 7. Le attività poste in essere in esecuzione del rapporto di *sponsor-ship* sono, inoltre, comunque assoggettate ai provvedimenti autorizzativi eventualmente previsti per legge
 8. Sotto il profilo formale, pur trattandosi di contratto atipico, è richiesta per esso la forma specifica scritta.

Art 7. Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione e dell'atto di concessione del contributo

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposita richiesta accompagnata da formale accettazione, contenuta all'interno del contratto, nella quale, in particolare, sono almeno definiti:
 - a) Denominazione, sede, codice fiscale e/o partita IVA del soggetto richiedente e sua natura giuridica;
 - b) Dichiarazione di non appartenenza ad articolazione politico-amministrativa di alcun partito, così come previsto dall'art. 7 della L. 115/1974, dall'art. 4 della L. 659/1981, e successive modificazioni;
 - c) Dichiarazione di rispondenza alle condizioni di cui al presente regolamento;
 - d) Oggetto della sponsorizzazione/contributo;
 - e) Data di svolgimento dell'iniziativa;
 - f) Target e ambito di riferimento;
 - g) Obblighi delle parti;
 - h) Valore del corrispettivo della sponsorizzazione/contributo;
 - i) Referente dell'iniziativa;
 - j) Possibilità di risoluzione del contratto per inadempimento;

2. Nel contratto di sponsorizzazione lo *sponsee* si impegna a:
 - a) inserire logo/marchio o comunque il segno distintivo scelto da MO.VER. Spa nel materiale pubblicitario/illustrativo dell'iniziativa/attività/progetto;
 - b) evidenziare, nelle comunicazioni, il ruolo della Società come *sponsor* ufficiale;
 - c) far pervenire agli uffici di MO.VER. Spa tutti i materiali attestanti la sponsorizzazione stessa, al termine delle manifestazioni/eventi;
 - d) e, preferibilmente, qualora concordato fra le parti, a mettere a disposizione uno spazio per lo stand espositivo.

Art 8. Procedura interna

1. La richiesta di sponsorizzazione e o contributo dovranno essere presentata a MO.VER. in forma scritta, almeno 30 gg prima.
2. L'Ufficio Protocollo sottopone al Presidente e all'Amministratore Delegato la proposta di sponsorizzazione o la richiesta di contributi proveniente dall'Ente proponente.
3. Presidente di MO.VER. valuterà, in conformità al presente regolamento, la fattibilità dell'iniziativa e sulla base di quanto stabilito nel presente Regolamento. Eccezionalmente, con la stessa procedura, potranno essere valutate discrezionalmente richieste pervenute in tempi minori
4. Nel caso in cui il Presidente di MO.VER., verificata la fattibilità nei termini di cui ai precedenti articoli, intenda aderire all'iniziativa, dovrà essere stipulato apposito contratto di sponsorizzazione o atto di concessione del contributo contenente le condizioni riportate all'art. 7.
5. Nel caso di accettazione, l'Ufficio Tecnico redigerà il contratto procederà con l'invio della comunicazione al proponente ai fini della stipula e della realizzazione e del controllo ai sensi dell'art Art 12 del presente Regolamento.
6. La comunicazione di accettazione sarà inoltre inviata per conoscenza all'Amministratore Delegato e all'Ufficio Amministrazione come anche il contratto stipulato.

Art 9. Importo massimo per singola iniziativa

1. MO.VER., nel rispetto del presente regolamento, potrà procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione e di concessione di contributi, nel rispetto di quanto previsto nel presente regolamento, per un importo, per singola iniziativa, non superiore ad € 2.500,00 (IVA esclusa).

Art 10. Importo annuo massimo

1. Il Consiglio di Amministrazione con l'approvazione del Budget dell'anno successivo

stabilisce gli importi massimi da utilizzare per la concessione ed erogazione di sovvenzioni, contributi, sussidi e ausili finanziari, nonché ogni attribuzione di vantaggi economici di qualunque genere ad Enti pubblici e privati.

2. Nel caso in cui negli strumenti di programmazione non vi sia capienza, le iniziative potranno essere avviate esclusivamente previa delibera di CdA.

Art 11. Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Il corrispettivo che MO.VER. verserà per la sponsorizzazione avviene a seguito di emissione di regolare fattura, da presentare all'Ufficio protocollo di MO.VER.SpA, al termine dell'iniziativa.
2. Nel caso si debba rispondere ad un Bando di gara per la partecipazione ad un evento, le modalità di pagamento saranno quelle indicate nel Bando di gara stesso.
3. Il corrispettivo potrà essere corrisposto solo a seguito dei controlli preliminari obbligatori da parte di MO.VER.(DURC, conto dedicato etc.) operati dall'Ufficio amministrativo e previa attestazione di "regolare esecuzione" da parte del Responsabile dell'Ufficio tecnico, attestazione che potrà essere rilasciata solo dietro presentazione da parte del proponente dei materiali attestanti l'adempimento del contratto di sponsorizzazione.
4. Nel caso risulti che una parte delle attività previste nel contratto di sponsorizzazione non sia stata realizzata, si procederà all'erogazione della sola somma effettivamente utilizzata;

Art 12. Controlli

1. Il personale dell'ufficio tecnico incaricato dall'Amministratore Delegato è tenuto ad organizzare, qualora richiesto e concordato, lo stand informativo, dove sarà garantita, la presenza di personale di MO.VER. e del materiale informativo in consultazione e distribuzione.
2. Quindi, il Responsabile dell'Ufficio tecnico impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.

Art 13. Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.

Art 14. Entrata in vigore e pubblicazione

1. Il presente regolamento è pubblicato sul sito di MO.VER. in data 29 Febbraio 2016 ed entra in vigore il primo giorno del mese successivo alla data di avvenuta pubblicazione.

2. Saranno inoltre pubblicate sul sito di MO.VER.SpA www.moverviareggio.it tutte le concessioni ed erogazioni di sovvenzioni, contributi, sussidi e ausili finanziari, nonché ogni attribuzione di vantaggi economici di qualunque genere ad Enti pubblici e privati autorizzate di importo superiore ad € 1.000,00 ai sensi dell'art. 26 co 2 del D.Lgs 33/2013 e ai sensi dell'art. 1 comma 16 lettera c) della L. 190/2012.

Art 15. Tracciabilità dei flussi finanziari

1. Lo *sponsee* si obbliga a sottostare a quanto disposto dalla L. 136/2010, art. 3, in merito alla tracciabilità dei flussi finanziari. Si impegna quindi a comunicare alla Stazione Appaltante entro 7gg. dall'attivazione del rapporto gli estremi identificativi dei Conti Correnti dedicati, nonché le generalità ed il codice fiscale delle persone delegate ad operare sugli stessi. Il mancato utilizzo del bonifico bancario o postale ovvero degli altri strumenti idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni, costituisce causa di risoluzione del contratto ai sensi dell'art. 3, co. 9-bis della L. 136/2010.

Art 16. Adozione modello organizzativo D.Lgs n. 231/2001

1. MO.VER. con delibere del proprio Consiglio di Amministrazione, conformemente a quanto previsto dal Decreto Legislativo 231/2001, ha adottato un proprio Codice Etico ed un Modello di organizzazione, gestione e controllo per la prevenzione dei reati (D.Lgs 231/2001).
2. Lo *sponsee* è tenuto al rispetto delle disposizioni e dei principi del Codice Etico ed del D.Lgs. 231/2001 ai quali il modello è ispirato. Qualsiasi ipotesi di mancata osservanza delle disposizioni del Codice Etico, del modello 231 e del relativo D.Lgs. n. 231/2001 potrà costituire legittimo motivo di immediata interruzione dei rapporti in essere con l'Azienda.