

DIVISIONE I – RIPARTIZIONE VI – SETTORE III

2.7) REGOLAMENTO PER L'ATTIVITA' NEGOZIALE

.....OMISSIS.....

ESPRIME

parere favorevole al Regolamento per l'attività negoziale, nel testo di seguito riportato:

REGOLAMENTO PER L'ATTIVITA' NEGOZIALE

INDICE

Titolo I

Appalti di lavori, servizi e forniture

- Articolo 1 - Ambito di applicazione
- Articolo 2 - Pianificazione, Programmazione e Piano esecutivo di gestione degli appalti
- Articolo 3 – Contratti di importo pari o superiore alla soglia comunitaria
- Articolo 4 – Contratti di importo al di sotto della soglia comunitaria
- Articolo 5 - Procedure e modalità di scelta del contraente
- Articolo 6 - Deliberazione contrarre
- Articolo 7 - Responsabile del procedimento
- Articolo 8 - Svolgimento delle gare
- Articolo 9 - Cauzioni
- Articolo 10 – Aggiudicazione
- Articolo 11 - Esercizio del diritto di autotutela
- Articolo 12 – Stipula dei contratti
- Articolo 13 – Spese contrattuali
- Articolo 14– Varianti contrattuali
- Articolo 15 - Collaudi e verifiche
- Articolo 16 - Spese in economia
- Articolo 17 - Carte di credito

Titolo II

Attività di sponsorizzazione

- Articolo 18 - Definizioni
- Articolo 19 - Finalità
- Articolo 20 - Vincoli
- Articolo 21 - Tipologie di sponsorizzazione
- Articolo 22 - Progetto di sponsorizzazione
- Articolo 23 - Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione
- Articolo 24 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello *sponsor*
- Articolo 25 - Valutazioni di proposte spontanee di potenziali *sponsor*
- Articolo 26 - Esclusioni
- Articolo 27 - Contenuti del contratto di sponsorizzazione

- Articolo 28 - Esecuzione di lavori, servizi e forniture da parte dello *sponsor*
- Articolo 29 - Diritto di recesso
- Articolo 30 - Verifiche e controlli
- Articolo 31 - Responsabilità dello *sponsor*
- Articolo 32 - Strumenti di veicolazione concessi allo *sponsor*
- Articolo 33 - Protezione dei dati personali
- Articolo 34 - Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor
- Articolo 35 - Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali
- Articolo 36 - Aspetti contabili connessi con le sponsorizzazioni
- Articolo 37 - Aspetti fiscali connessi con le sponsorizzazioni
- Articolo 38 - Norme di Rinvio

Titolo I

Appalti di lavori, servizi e forniture

Articolo 1

Ambito di applicazione

1. Il presente titolo disciplina gli appalti di lavori, servizi e forniture, le spese da effettuarsi in economia, nonché l'utilizzo delle carte di credito per il pagamento di particolari spese.
2. L'attività negoziale dell'Università si svolge in conformità alla normativa nazionale e comunitaria vigente e alle disposizioni del presente regolamento.
3. L'attività contrattuale dell'Università si svolge, altresì, nel rispetto di quanto previsto dal D.Lgs.12 aprile 2006 n.163 e s.m.i. e relativo Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010), dallo Statuto e dal Regolamento per l'Amministrazione, la Finanza la Contabilità dell'Ateneo.

Articolo 2

Pianificazione, Programmazione e Piano esecutivo di gestione degli appalti

1. L'Università, a mezzo degli Uffici competenti, al fine di garantire l'ordinario funzionamento della propria attività istituzionale, pianifica, attraverso la valutazione congiunta del sistema di rilevazione dei fabbisogni universitari e di individuazione degli interventi prioritari al raggiungimento dei propri obiettivi, l'attività negoziale da inserire in programmazione e nel successivo piano esecutivo di gestione degli appalti.
Gli atti di pianificazione, programmazione e il conseguente piano esecutivo di gestione degli appalti saranno sottoposti all'approvazione del Consiglio di Amministrazione

2. L'Università, al fine di ottenere un contenimento della spesa, aderisce alle convenzioni Consip, ove esistenti e rispondenti alle esigenze ed utilizza il Mercato Elettronico per le Pubbliche Amministrazioni (MEPA); in alternativa può, in assenza di una norma che espressamente lo vieti, procedere ad affidamenti i cui prezzi devono risultare inferiori a quelli delle corrispondenti Convenzioni Consip Spa.

Articolo 3

Contratti di importo pari o superiore alla soglia comunitaria

1. I contratti di lavori, servizi e forniture il cui valore di stima sia pari o superiore alla soglia comunitaria sono soggetti alle disposizioni comunitarie direttamente applicabili, ovvero alle disposizioni legislative di recepimento della predetta normativa e in particolare al D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. e relativo Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010).

Articolo 4

Contratti di importo inferiore alla soglia comunitaria

1. Ai contratti di lavori, servizi e forniture il cui valore di stima sia inferiore alla soglia comunitaria, si applicano gli articoli 122, 123, 124 e 125 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. nei limiti delle rispettive soglie individuate dalla legge e gli art.li 326 e seguenti del Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010) per quanto attiene all'acquisizione di servizi e forniture.

Articolo 5

Procedure e modalità di scelta del contraente

1. I contratti per gli appalti di lavori, servizi e forniture di cui all'art. 3 del presente regolamento sono aggiudicati utilizzando le procedure previste dalla normativa di cui al medesimo articolo.
2. I contratti per gli appalti di lavori, servizi e forniture di cui all'art. 4 del presente regolamento sono aggiudicati utilizzando le procedure previste dalla normativa di cui al medesimo articolo.
3. E' ammesso il ricorso alla procedura negoziata ed al sistema in economia nei casi previsti dai successivi articoli, nel rispetto dei principi di cui al D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. e relativo Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010).
4. Per l'alienazione, la cessione in locazione e la permuta di beni immobili, nonché per la dismissione di beni mobili, è tuttavia consentito il ricorso a procedure ristrette o negoziate in ipotesi eccezionali di particolare convenienza da motivare nella deliberazione a contrarre.

Articolo 6

Deliberazione a contrarre

1. La deliberazione a contrarre, espressa mediante delibera del Consiglio di Amministrazione o idoneo provvedimento del Direttore Generale ed anche dal Consiglio di Dipartimento o Centro munito di autonomia gestionale se l'attività negoziale è promossa dallo stesso, nell'ambito delle competenze di cui al comma 2 del presente articolo, è previamente istruita dagli Uffici competenti e, nei casi riguardanti il Dipartimento o Centro munito di autonomia gestionale, dai Segretari amministrativi, deve indicare:

- a) i motivi che giustificano l'attività contrattuale;
- b) l'oggetto, le clausole ritenute essenziali, l'eventuale progetto, il capitolato generale e speciale e quant'altro necessario a definire i diritti e gli obblighi dei contraenti;
- c) la procedura di scelta del contraente, le ragioni che giustificano tale scelta, nonché le forme da osservare per la pubblicità e per la stipula;
- d) il criterio di aggiudicazione ed i coefficienti da attribuire ad ogni elemento di valutazione, nell'ordine decrescente d'importanza loro assegnata, nel caso di scelta dell'offerta economicamente più vantaggiosa;
- e) le risorse di bilancio destinate a fronteggiare la spesa, la cui disponibilità deve essere preventivamente attestata dall'ufficio di ragioneria o dal segretario Amministrativo che provvede, altresì, a prenderne nota;
- f) il responsabile del procedimento.;
- g) il direttore dell'esecuzione del contratto.

2. a) la deliberazione di addvenire alla stipula delle convenzioni e dei contratti, la determinazione delle modalità essenziali e l'approvazione dei progetti dei contratti, nonché la scelta della forma di contrattazione sono di competenza del Consiglio di Amministrazione, in particolare, nei seguenti casi:

- a1) acquisizione, alienazione, permuta e locazione di beni immobili, nonché la trasformazione e le modifiche delle destinazioni d'uso degli stessi;
- a2) lavori, servizi e forniture il cui valore risulti superiore alla soglia comunitaria;
- a3) convenzioni quadro, con enti sia pubblici sia privati, e quelle riguardanti più Dipartimenti;
- a4) la partecipazione ad associazioni, consorzi, fondazioni, società consortili, GEIE o altri istituti analoghi per lo svolgimento di attività o per il migliore conseguimento di finalità istituzionali;
- a5) contratti e convenzioni non rientranti nella competenza specifica dei Centri di spesa.

b) la deliberazione a contrarre ed a stipulare convenzioni che impegnano i Dipartimenti o Centri muniti di autonomia gestionale, la determinazione delle modalità essenziali e l'approvazione dei progetti, nonché la scelta della forma di contrattazione, sono di competenza del Direttore Generale previa deliberazione dei Consigli di detti Dipartimenti o Centri muniti di autonomia gestionale a condizione che riguardino materie di loro pertinenza, abbiano la necessaria copertura finanziaria e non superino la soglia comunitaria e del Consiglio di Amministrazione se di importo superiore alla soglia comunitaria.

c) Nell'ambito degli indirizzi e dei programmi definiti dal Consiglio di amministrazione, la deliberazione a contrarre e la stipulazione sono di

competenza del Direttore Generale per i contratti di importo non superiore alla soglia comunitaria.

d) In caso di assoluta necessità ed urgenza, la deliberazione a contrarre è assunta dal Direttore Generale anche oltre i limiti di cui alla precedente lettera c), salvo ratifica da parte dei rispettivi organi deliberanti in occasione della prima riunione successiva.

e) Compete al Direttore Generale la nomina della commissione incaricata di procedere all'aggiudicazione o alla selezione delle imprese in ipotesi di procedure aperte, ristrette e/o negoziate.

Articolo 7

Responsabile del procedimento

1. Il responsabile del procedimento, nominato, ai sensi dell'art. 10 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163, è scelto tra il personale docente o non docente dell'Università in possesso di titolo di studio e specifica competenza in relazione ai compiti per cui è designato, secondo quanto previsto dal combinato disposto dell'art. 10, commi 5 e 6, dell'art. 5 della L.7 agosto 1990, n. 241 e dagli art.li 9 e 10 del Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010) del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163. La nomina del responsabile del procedimento è obbligatoria per ogni singolo intervento da realizzarsi mediante contratto pubblico.

2. Il responsabile del procedimento utilizza le risorse della struttura organizzativa dell'Università, secondo le specifiche competenze, al fine di adempiere ai compiti ad esso assegnati dall'atto di nomina, nel rispetto della normativa vigente.

3. Il responsabile del procedimento riferisce immediatamente al Direttore Generale le eventuali difficoltà o irregolarità della procedura.

4. Stipulato il contratto, il responsabile del procedimento svolge, in coordinamento con il direttore dell'esecuzione, ove nominato, le attività di controllo e vigilanza, nell'interesse dell'amministrazione, su tutte le fasi di esecuzione del contratto fino alla gestione dell'eventuale contenzioso, riferendo immediatamente al Direttore Generale eventuali difformità rilevate in sede di esecuzione del contratto, in atti o fatti lesivi dell'interesse pubblico sotteso all'intervento di cui è responsabile.

5. Le attività del Direttore dell'esecuzione del contratto sono disciplinate dall'art 119 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. e dagli art.li 299 e seguenti del Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010).

Articolo 8

Svolgimento delle gare

1. Alle procedure per la scelta del contraente di cui al precedente articolo 5 quando la scelta della migliore offerta avviene con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, sovrintende un'apposita commissione nominata con provvedimento del Direttore Generale, su proposta del responsabile del procedimento, udito il Dirigente competente.

2. Alla Commissione di cui al precedente comma ed al comma 6 del presente articolo si applicano le disposizioni di cui all'art. 84 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. e relativo Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010).

3. La Commissione è composta da un numero dispari di componenti, in numero massimo di cinque, esperti nello specifico settore cui si riferisce l'oggetto del contratto, a cui è demandato l'esame delle offerte presentate dalle ditte, con l'eventuale partecipazione di un segretario. Nei casi previsti, le operazioni di gara potranno essere svolte alla presenza dell'Ufficiale Rogante.

4. Il Direttore Generale determina eventuali compensi da erogare ai componenti della Commissione qualora gli stessi non risultino personale dell'Università.

5. La Commissione di gara, in proprio, o con l'ausilio del segretario e/o dell'Ufficiale rogante (se previsti) redigerà il processo verbale della gara, nel quale dovranno essere dettagliatamente riportate le operazioni svolte nel rispetto delle disposizioni dell'art. 78 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163.

6. E' altresì possibile procedere alla nomina di una commissione che sovrintenda alle procedure per la scelta del contraente di cui al precedente articolo 5, anche nel caso in cui la scelta della migliore offerta avvenga con il criterio del prezzo più basso.

7. La Commissione è un collegio perfetto e delibera con la presenza di tutti i componenti.

Articolo 9

Cauzioni

1. I partecipanti alle gare devono prestare, nelle forme di legge ed in particolare dell'art. 75 del D.Lgs 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i., idonea cauzione provvisoria pari al 2% dell'importo a base di gara, la quale dovrà intendersi valida fino alla costituzione del deposito cauzionale definitivo, oppure automaticamente svincolata, in caso di non aggiudicazione della gara, senza, quindi, la materiale restituzione della stessa.

2. A garanzia dell'esecuzione, l'aggiudicatario deve prestare idonea cauzione definitiva, nelle forme e nella misura di legge ed in particolare dell'art.113 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i.

Articolo 10

Aggiudicazione

1. Relativamente alle aggiudicazioni di procedure di gara il cui valore risulti pari superiore alla soglia comunitaria si applicano le disposizioni di cui alla sez. V del Tit. I, Parte II del D.Lgs 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. (articoli da 81 a 89). Le fasi delle procedure di affidamento ed i controlli sugli atti delle procedure medesime sono disciplinate dagli art.li 11 e 12 del D.Lgs 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i.

2. Salvo diversa disposizione contenuta nel bando, è possibile procedere all'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta valida, purché ritenuta

congrua oppure di non procedere all'aggiudicazione se nessuna offerta risulti idonea o conveniente.

3. Negli avvisi, bandi e lettere di invito sono indicate le modalità di partecipazione alle gare, la documentazione da produrre, i criteri di aggiudicazione, le cause di esclusione e quant'altro occorrente per la definizione della procedura seguita.

4. Relativamente all'aggiudicazione di procedure di gara il cui valore risulti inferiore alla soglia comunitaria si applicano le disposizioni di cui al Tit. II, Parte II del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i.

5. Le aggiudicazioni relative ai contratti da cui derivi un'entrata finanziaria per l'Università dovranno prevedere esclusivamente offerte in aumento rispetto all'importo indicato nel bando di gara o nella lettera di invito a prescindere dal criterio di aggiudicazione adottato.

6. Ai sensi dell'art. 12 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. l'aggiudicazione provvisoria deve essere sottoposta all'approvazione del Consiglio di Amministrazione al fine di renderla definitiva prima della stipula del contratto. Nei casi in cui la deliberazione a contrarre e la definizione integrale del contratto siano di competenza rispettivamente del Direttore Generale, dei Direttori di Dipartimento o dei Centri muniti di autonomia gestionale, sotto la loro esclusiva responsabilità, all'aggiudicazione definitiva ed alla stipula del contratto provvedono essi stessi.

Articolo 11

Esercizio del diritto di autotutela

1. L'Università anche d'ufficio può procedere in tutto o in parte, all'annullamento, alla revoca dei propri atti, senza che vi sia necessità di istanza di parte, anche in pendenza del giudizio ed anche nel caso in cui il provvedimento notificato sia divenuto definitivo per decorso dei termini previsti per proporre ricorso all'Autorità competente.

Articolo 12

Stipula dei contratti

1. Per i contratti, si procede alla stipula nei termini e con le modalità previste dall'art. 11 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i.

2. Qualora il concorrente aggiudicatario non provveda entro il termine stabilito alla stipula del contratto, l'amministrazione ha facoltà di dichiarare decaduta l'aggiudicazione e di procedere alla scelta di altro contraente o sulla base dell'esito della stessa procedura di gara, o mediante rinnovo della stessa, qualora ne ravvisi giustificati motivi; l'Amministrazione disporrà l'incameramento del deposito cauzionale e l'eventuale richiesta del risarcimento dei danni, quantificati nel maggior danno che sarà sopportato dall'Amministrazione, in relazione all'affidamento della prestazione ad altri soggetti.

Articolo 13

Spese contrattuali

1. Salvo quanto previsto dalle leggi tributarie, gli oneri fiscali e le spese contrattuali sono a carico del contraente privato, ove non diversamente disposto da specifica disposizione di legge o da convenzione tra le parti.
2. Qualora il contratto sia stipulato con altro ente pubblico, la ripartizione è disciplinata d'accordo tra le parti.

Articolo 14

Varianti contrattuali

1. Qualora ricorrano giustificati motivi, sono ammesse, in corso d'opera, varianti qualitative e quantitative.
2. L'applicazione delle varianti è disciplinata dall'art. 114 e, per quanto compatibile, dall'art. 132 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. nonché dall'art. 311 del Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010).

Articolo 15

Collaudi e verifiche

1. Le attività di collaudo sono disciplinate dagli art.li 120 e 141 del D.Lgs 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. e dal Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010).
2. Il collaudo o la verifica sono eseguiti da personale dell'Università, di elevata e specifica qualificazione con riferimento al tipo di lavori, forniture e servizi, alla loro complessità e al loro importo, individuato, su proposta del Responsabile unico del procedimento, dal Direttore Generale udito il Dirigente competente o dal Direttore del Dipartimento o Centro munito di autonomia gestionale qualora l'attività negoziale venga promossa dallo stesso.
3. Comunque la nomina del collaudatore, della Commissione di collaudo e del Direttore dell'esecuzione del contratto è disposta dall'organo che ha assunto la deliberazione a contrarre.
4. Il ricorso a collaudatori esterni, in possesso dei requisiti prescritti, è ammesso solo in carenza di organico, accertata e certificata dal Responsabile unico del procedimento.
5. Per lavori, servizi e forniture il cui valore risulti inferiore alla soglia comunitaria è sufficiente l'attestazione di regolare esecuzione rilasciata dal Direttore dell'esecuzione del contratto.

Articolo 16

Spese in economia

1. Le spese che possono farsi in economia sono quelle di importo non eccedente i limiti previsti dall'art. 125 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i., al netto dell'I.V.A., per le quali, in ragione della loro particolare natura, si prescinde dallo svolgimento delle procedure ad evidenza pubblica.

Esse sono:

- a) provviste di generi di cancelleria, di stampati, di bolli e fogli bollati, modelli, materiale per disegno e per fotografia, nonché stampe di tabulati, circolari e simili;
- b) abbonamenti a riviste, periodici e simili anche on-line, acquisti di libri e pubblicazioni periodiche, nonché relative spese di rilegatura; spese per pubblicazioni didattiche e scientifiche;
- c) organizzazione di mostre, conferenze, convegni e seminari ed altre manifestazioni culturali e scientifiche, nazionali ed internazionali, compresi il fitto di locali occorrenti, la stampa degli inviti e degli atti ed altre spese connesse alle suddette manifestazioni;
- d) iniziative culturali e didattiche per gli studenti;
- e) spese di rappresentanza intese quali:
 - omaggi floreali e necrologi in occasione della morte di personalità estranee all'Ateneo, di componenti degli organi collegiali o di dipendenti dell'Università stessa;
 - piccoli doni quali targhe, medaglie, libri, coppe, oggetti simbolici, gadget a personalità nazionali, comunitarie o internazionali o a membri di delegazioni straniere in visita all'Università oppure in occasione di visite all'estero compiute da rappresentanti o delegazioni ufficiali dell'Università;
- f) acquisto, riparazione, manutenzione, assicurazioni e noleggio di autoveicoli ed altri mezzi di trasporto, nonché acquisti di carburante, lubrificanti, pezzi di ricambio ed accessori;
- g) noleggio, acquisto, manutenzione e riparazione di mobili, arredi, attrezzature anche informatiche, utensili, strumenti e materiale scientifico, didattico e di sperimentazione, macchine d'ufficio nonché di software;
- h) spese condominiali e consortili, noleggio di mobili e strumenti in occasione dell'espletamento di corsi, quando non sia possibile utilizzare e/o non siano sufficienti le normali attrezzature;
- i) piccoli impianti, spese di illuminazione, riscaldamento, forza motrice, acqua, telefono, gas, gas tecnici, spese postali e telegrafiche, di fax e telefax;
- j) manutenzione e riparazione di locali e dei relativi impianti;
- k) spese straordinarie di pulizia, disinfezione, disinfestazione e derattizzazione dei locali;
- l) acquisto di corredo al personale ausiliario;
- m) altri lavori, servizi e provviste occorrenti ai bisogni periodici e giornalieri, non previsti nei precedenti punti e che per la loro natura non possono essere eseguiti o utilmente e convenientemente utilizzati con le procedure contrattuali previste nei precedenti articoli;
- n) spese di ospitalità intese come quelle sostenute nei confronti di ospiti dell'Università da essa non dipendenti, nonché quelle minute spese di ristoro, sostenute in occasione di riunioni di organi collegiali;
- o) provviste per pronto soccorso e sanitari;
- p) trasporti, spedizioni e facchinaggi;
- q) spese in occasione di scambi culturali, congressi, convegni e cerimonie accademiche.

Le spese in economia possono essere effettuate:

- in amministrazione diretta: ossia con personale dell'Università e materiali, utensili e mezzi propri o noleggiati;
 - mediante ricorso al Mercato Elettronico per le Pubbliche Amministrazioni (MEPA) e adesione alle Convenzioni Consip, ove esistenti e rispondenti alle esigenze;
 - nel caso in cui non sia possibile ricorrere alle forme di acquisto di cui alla precedente lettera b) si può ricorrere al cottimo fiduciario mediante affidamento a ditte nel rispetto dei principi di trasparenza, rotazione, parità di trattamento, previa consultazione di almeno cinque operatori economici, se sussistono in tale numero soggetti idonei, individuati sulla base di indagini di mercato ovvero tramite elenchi di operatori economici; quando l'importo della medesima sia inferiore ad Euro 40.000,00 è consentito il ricorso ad una sola ditta o persona di nota capacità o idoneità, mediante affidamento diretto da parte del responsabile del procedimento;
 - con sistema misto: ossia parte in amministrazione diretta e parte a cottimo fiduciario.
4. È espressamente vietata ogni artificiosa suddivisione di forniture, lavori o servizi, che possano considerarsi con carattere unitario, in più forniture, lavori o servizi
5. Tutte le fatture, note e simili debbono essere munite del visto del Direttore dell'esecuzione del contratto ove non coincidente con il responsabile unico del procedimento al fine di attestarne la regolarità e corrispondenza con l'ordinazione.
6. La gestione delle spese in economia resta in ogni caso soggetta alle norme in tema di impegno, liquidazione, ordinazione, pagamento e collaudo.

Articolo 17

Carte di credito

1. L'uso delle carte di credito è consentito nei casi in cui non sia possibile o conveniente ricorrere alle procedure ordinarie, nei limiti previsti dalle vigenti disposizioni regolamentari, per:
- a) acquisto di beni e servizi, anche per il tramite del commercio elettronico;
 - b) spese di rappresentanza;
 - c) iscrizione di convegni e seminari;
 - d) spese relative ad incarichi di missione;
 - e) acquisto di pubblicazioni scientifiche.
2. Titolari di carte di credito possono essere il Rettore, il Direttore Generale, i Dirigenti e l'Economo in quanto titolari di poteri di spesa. Gli automezzi di servizio sono dotati di sistemi automatizzati per il pagamento dei pedaggi autostradali.
3. Spetta al Direttore Generale stipulare con l'Istituto cassiere apposita convenzione concernente le carte di credito nella quale dovranno essere indicate:
- a) la durata della convenzione;
 - b) l'eventuale costo per il rilascio, l'utilizzo ed il rinnovo;
 - c) la periodicità dell'invio dell'estratto conto ed il termine di regolazione delle situazioni debitorie;

- d) le modalità per la sostituzione in caso di furto o smarrimento.
4. Il Consiglio di amministrazione può autorizzare la emissione di carte di credito aggiuntive da assegnarsi ad altri soggetti, specificando i motivi che giustificano l'assegnazione.
5. I titolari delle carte di credito devono far pervenire ai rispettivi uffici competenti, entro il 15 del mese successivo a quello in cui sono state effettuate le spese, apposito riepilogo corredato della documentazione giustificativa delle spese per la liquidazione dell'estratto conto all'Istituto cassiere.
6. Nel caso di spese non autorizzate o comunque non comprese tra quelle indicate nel comma 1 del presente articolo, gli importi relativi dovranno essere riversati a cura del titolare della carta o comunque detratti da eventuali somme da erogare allo stesso a fronte della liquidazione di indennità di varia natura.
7. L'utilizzo della carta è limitato al periodo di titolarità della carica ricoperta.
8. Il titolare della carta di credito non può delegare altri per suo conto all'utilizzo della carta ed è tenuto ad adottare idonee procedure di sicurezza per il buon uso e la custodia della stessa ed è personalmente responsabile anche per l'uso non autorizzato da parte di altri.
9. Le fatture e/o le ricevute fiscali devono essere intestate alla struttura di appartenenza dell'intestatario della carta di credito.
10. In caso di furto o smarrimento, il titolare è tenuto a darne immediata comunicazione scritta alla banca emittente allegandovi copia conforme della denuncia alla competente autorità di pubblica sicurezza. Copia della predetta comunicazione dovrà essere inoltrata, per conoscenza, all'Ufficio Legale dell'Ateneo.
11. I limiti e le modalità di utilizzo delle carte di credito sono determinati annualmente dal Consiglio di Amministrazione.

Titolo II **Attività di sponsorizzazione**

Articolo 18 **Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento, si intende:
- a) per “contratto di sponsorizzazione” un contratto mediante il quale un soggetto (*sponsor*) si impegna a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o altra utilità a favore di un soggetto terzo (*sponsee*), che si riserva di divulgare il marchio ed il nome dello *sponsor* attraverso il collegamento ad un preciso evento/progetto;
- b) per “*sponsor*” il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad un soggetto terzo (*sponsee*), che ne promuove l'immagine e la visibilità;

c) per “*sponsee*” il soggetto sponsorizzato che, in cambio di uno specifico corrispettivo, si impegna a divulgare e veicolare il marchio ed il nome dello *sponsor*, nelle forme e modalità previste dal contratto di sponsorizzazione.

Articolo 19

Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, nonché le condizioni, i presupposti, la procedura di sponsorizzazione e scelta dello *sponsor* da parte dell’Ateneo, al fine di favorire l’innovazione dell’organizzazione amministrativa e realizzare maggiori economie, garantendo una migliore qualità dei servizi istituzionali, nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

Articolo 20

Vincoli

1. Il ricorso a forme di sponsorizzazione è ammesso, ai sensi dell’art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, solamente ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento di interessi pubblici;
- b) l’esclusione di forme di conflitto di interesse tra l’attività pubblica e quella privata, al fine di evitare il contrasto tra i messaggi veicolati ed il ruolo, le funzioni, i compiti e la normativa che disciplina l’attività istituzionale dell’Ateneo;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa e di nuove entrate.

Articolo 21

Tipologie di sponsorizzazione

1. L’Ateneo, i Dipartimenti o i Centri muniti di autonomia gestionale operanti come soggetti sponsorizzati (*sponsee*), possono stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati, operatori economici, fondazioni e associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile, al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi erogati, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché al fine di acquisire risorse utili per la realizzazione di risparmi di spesa.

2. Il risultato della sponsorizzazione si realizza attraverso un concreto e verificabile vantaggio per il bilancio dell’Ateneo in termini di risparmio di spesa oppure accrescimento dei fondi disponibili a seguito dell’acquisizione di nuove entrate.

3. Dette forme di sponsorizzazione possono prevedere anche la realizzazione in favore dell’Ateneo, dei Dipartimenti o dei Centri muniti di autonomia gestionale, o l’acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività specifiche.

4. L’Ateneo, qui inteso unicamente come Amministrazione centrale, operante come *sponsor*, può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti

pubblici e privati, operatori economici, fondazioni e associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile, al fine di favorire la veicolazione della propria immagine o la rappresentazione di proprie politiche e strategie in altri contesti, nella prospettiva di realizzazione di forme di marketing territoriale e valorizzazione dei servizi istituzionali.

5. L'Ateneo può ricorrere a tali forme di sponsorizzazione unitamente ad altri strumenti di comunicazione delle proprie attività ed iniziative, sulla base di accurate valutazioni di natura economica e riferite al potenziale beneficio di immagine.

Articolo 22

Progetto di sponsorizzazione

1. I progetti di sponsorizzazione si dividono in due tipologie:

a) progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da un evento correlato alle attività dell'Ateneo, tra cui si riportano a titolo esemplificativo ma non esaustivo i seguenti:

- sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali e altro;
- manutenzione, gestione e cura degli immobili e delle aree verdi tramite affidamento a ditte (quest'ultime, ad esempio, potranno esporre il proprio marchio negli spazi del Campus di Ateneo);
- servizi di manutenzione ed altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (es. valorizzazione di aree particolari dell'Ateneo, etc.);
- fornitura di beni (es. panchine, cestini gettacarta, fioriere, rastrelliere porta bicicletta, stampati, ed altro);
- fornitura di infopoint ed altri strumenti diretti a dare informazioni allo studente sui servizi erogati dall'Università;
- sponsorizzazioni in ordine alla progettazione, esecuzione, nonché direzione di opere pubbliche, nel rispetto di quanto previsto dal D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. e dal relativo Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010);
- altre iniziative simili a quelle evidenziate nei punti precedenti;

b) progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da spazi e immagini riconducibili all'Ateneo, tra cui si riportano a titolo esemplificativo ma non esaustivo i seguenti:

- utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Campus universitario (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, etc.);
- abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda/impresa di una pensilina, di un'isola pedonale, di una fontana, etc.);
- predisposizione di gadget (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento dell'Ateneo in qualità di sponsor;
- altri interventi simili a quelli riportati nei precedenti punti, anche riferiti a spazi o immagini che dovessero rendersi disponibili in futuro.

Articolo 23

Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione

1. L'Ateneo, i Dipartimenti o Centri muniti di autonomia gestionale si riservano di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) ritengano possa derivare un conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata dello *sponsor*;
 - b) ravvisino nel messaggio pubblicitario un possibile danno o pregiudizio alla loro immagine e alle proprie iniziative;
 - c) la reputino inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica e religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) pubblicità diretta o collegata ritenuta contraria al buon costume;
 - d) messaggi che contengono espressioni di razzismo, fanatismo, odio o minaccia.

Articolo 24

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello *sponsor*

1. La scelta dello *sponsor* è effettuata dall'Ateneo mediante procedure ad evidenza pubblica secondo le norme di cui agli artt. 26 e 27 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163. L'affidamento della sponsorizzazione deve essere preceduto da adeguate forme di pubblicità in relazione agli elementi distintivi dell'oggetto del contratto di sponsorizzazione, quali il valore economico dello stesso, il grado di concorrenzialità desumibile da una valutazione di mercato e dal livello di attenzione da parte di quest'ultimo agli obiettivi fissati dall'Amministrazione universitaria.
2. Per progetti di sponsorizzazione il cui valore economico (corrispondente al finanziamento o alla messa a disposizione di beni, servizi, prestazioni o attività specifiche) è di importo pari o inferiore ad euro 40.000,00 (euro quarantamila/00), è consentito l'affidamento diretto ai sensi dell'art. 125 del D.Lgs.12 aprile 2006 n. 163.
3. Tra le forme di pubblicità per l'avviso di sponsorizzazione si contemplano la pubblicazione sul sito internet dell'Università e/o dei Dipartimenti, nonché tutte le altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. L'avviso di sponsorizzazione deve contenere i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello *sponsor*, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
 - b) la descrizione del progetto di sponsorizzazione;
 - c) il valore economico della sponsorizzazione ed i vantaggi potenziali dello *sponsor*;
 - d) le modalità ed i termini di presentazione delle offerte di sponsorizzazione;
 - e) i criteri per la valutazione delle offerte;
 - f) la procedura per la formalizzazione del contratto.
5. L'offerta di sponsorizzazione deve essere presentata in forma scritta e dovrà contenere:
 - a) l'indicazione del bene, del servizio, della prestazione, dell'attività, che si intende sponsorizzare;

- b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- c) l'accettazione degli obblighi indicati nell'avviso e delle condizioni previste dal progetto di sponsorizzazione.

6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- b) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari, nel caso di imprese;
- c) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

7. Nel caso di un'offerta di sponsorizzazione tecnica avente per oggetto la realizzazione in favore dell'Ateneo, dei Dipartimenti o Centri muniti di autonomia gestionale ovvero l'acquisizione a titolo gratuito da parte dell'Ateneo, dei Dipartimenti o Centri muniti di autonomia gestionale, di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività specifiche, la proposta deve essere corredata dalle autocertificazioni previste dall'art. 26 del D.Lgs. 9 aprile 2008, n. 81 e s.m.i. in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro.

8. Lo *sponsee* è tenuto, invece, a rispettare quanto prescritto dal comma 3 del citato art. 26 del D.Lgs. 9 aprile 2008, n. 81 e s.m.i. , elaborando "un unico documento di valutazione dei rischi che indichi le misure adottate per eliminare o ridurre al minimo i rischi di interferenze", da allegarsi successivamente al contratto di sponsorizzazione.

9. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da commissioni appositamente costituite e per la cui composizione si terrà conto dei destinatari degli interventi.

10. La commissione nominata dal Direttore Generale deve accertare la completezza e la correttezza della documentazione presentata.

11. La valutazione delle offerte si fonda sui criteri previsti dall'avviso di sponsorizzazione e tiene conto, oltre che delle condizioni previste dall'art. 43 della Legge n. 449/1997, delle qualità dello *sponsor* in termini di fiducia e di immagine, degli effetti di ritorno sulla pubblicizzazione dell'evento/progetto, del relativo valore economico.

12. Lo *sponsee* si riserva la facoltà di chiedere precisazioni e informazioni integrative, e di proporre ai potenziali sponsor modifiche tecniche al programma/offerta di sponsorizzazione.

Articolo 25

Valutazioni di proposte spontanee di potenziali *sponsor*

1. L'Ateneo, i Dipartimenti o Centri muniti di autonomia gestionale valutano le proposte di sponsorizzazione presentate da soggetti pubblici o privati che manifestino spontaneamente l'intenzione di assumere il ruolo di *sponsor* di progetti o iniziative.

2. Le proposte di sponsorizzazione presentate ai sensi del precedente comma 1 devono specificare il corrispettivo delle attività di veicolazione pubblicitaria e le forme con le quali il medesimo corrispettivo viene ad essere reso.

3. Qualora pervengano proposte spontanee di sponsorizzazione da parte di potenziali *sponsor* per importo superiore a quello indicato al precedente

articolo 24 punto 2, l'Ateneo dovrà procedere con la pubblicazione di apposito avviso, nelle modalità di cui al predetto articolo 24, per sollecitare ulteriori proposte anche migliorative rispetto a quella presentata spontaneamente e posta a base dell'avviso pubblico.

4. Per la selezione dello *sponsor* si applica l'articolo 24 del presente regolamento.

Articolo 26

Esclusioni

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione tutti i soggetti pubblici, privati, operatori economici, fondazioni, associazioni ed altri organismi che versano nelle condizioni di cui all'art. 38 del D.Lgs. del 26 aprile 2006 n. 163 e s.m.i.

2. Sono esclusi, altresì, tutti i soggetti pubblici, privati, operatori economici, fondazioni, associazioni ed altri organismi che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività istituzionale dell'Ateneo.

3. Sono esclusi, infine, quei soggetti che nell'esercizio delle proprie attività non rispettano i principi posti a tutela dei diritti umani fondamentali e dei diritti previsti dalle legislazioni internazionali e vigenti, con riferimento soprattutto al tema dei diritti dei lavoratori, dei consumatori e alla protezione dell'ambiente.

Articolo 27

Contenuti del contratto di sponsorizzazione

1. Il ricorso a forme di sponsorizzazione necessita di apposita formalizzazione con atto di natura contrattuale, nella forma scritta, da registrarsi in caso d'uso, nel quale dovranno essere indicati i seguenti elementi:

- a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
- b) gli obblighi assunti dalle parti; detti obblighi devono essere rigorosamente definiti in termini di prestazione e controprestazione;
- c) la determinazione degli aspetti economici della sponsorizzazione, ovvero la forma del corrispettivo, realizzabile nel finanziamento o nella messa a disposizione di beni, servizi, prestazioni o attività specifiche;
- d) le modalità ed i termini di attuazione della sponsorizzazione;
- e) la durata del rapporto;
- f) le modalità di utilizzazione del marchio, del logo dello *sponsor*;
- g) la definizione dettagliata degli spazi e delle forme di veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor*;
- h) le possibili cause di risoluzione del contratto;
- i) le eventuali garanzie richieste allo *sponsor* (fideiussione bancaria, polizza assicurativa RCT);
- j) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- k) l'onere delle spese di bollo e di registrazione.

2. Il contratto dovrà contenere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività di Ateneo.

3. In nessun caso il contratto di sponsorizzazione può prevedere vincoli di esclusiva a carico dell'Ateneo, o di struttura interna ad esso, con corrispondente vantaggio dell'ente sponsorizzante; non devono pertanto risultare, per l'Ateneo, limitazioni riguardo alla possibilità di utilizzo di beni e servizi analoghi a quelli trattati dallo *sponsor*.

4. La durata del contratto di sponsorizzazione deve essere rapportata al singolo evento o progetto o attività alla quale la stessa sponsorizzazione è collegata. In ogni caso, la durata del contratto di sponsorizzazione sarà di volta in volta definita nell'avviso di cui al precedente articolo 24 o mediante accordo tra le parti.

5. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dal Direttore Generale e dal Legale Rappresentante della parte contraente.

Articolo 28

Esecuzione di lavori, servizi e forniture da parte dello *sponsor*

1. Ai sensi dell'art. 26 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i., nel caso di contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto l'esecuzione di lavori e/o servizi e/o forniture, di cui al medesimo articolo 26, da parte dello *sponsor* - che non sia un'amministrazione aggiudicatrice o altro ente aggiudicatore - si applicano i principi disposti dalla normativa vigente per la scelta dello *sponsor* nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.

2. Il contratto di sponsorizzazione dovrà indicare l'esatta individuazione delle prestazioni da effettuare, le modalità ed i termini di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili per le attività di veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor*. Inoltre, ai sensi dell'art. 26 del D.Lgs. 9 aprile 2008, n. 81 e s.m.i, il contratto di sponsorizzazione deve contenere specificatamente, a pena di nullità, il costo relativo alla sicurezza che deve risultare congruo rispetto all'entità ed alle caratteristiche delle prestazioni da eseguire.

3. L'Ateneo beneficiario delle opere, dei lavori, dei servizi, delle forniture, impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto.

Articolo 29

Diritto di recesso

1. Nel contratto di sponsorizzazione deve essere prevista la clausola risolutiva espressa, con eventuale risarcimento danno, nel caso in cui lo sponsor:

a) rechi danno o pregiudizio all'immagine dell'Ateneo;

b) promuova prodotti o servizi propri negli spazi di competenza dell'Ateneo e/o delle strutture decentrate non espressamente individuati nel contratto di sponsorizzazione;

c) non consenta il perseguimento dei fini sociali e di pubblica utilità cui l'Ateneo e/o le strutture decentrate devono attenersi.

Articolo 30

Verifiche e controlli

1. L'Ateneo si riserva la facoltà di effettuare apposite verifiche, al fine di accertare eventuali difformità con quanto previsto dal contratto di sponsorizzazione, nonché contrarie al presente Regolamento.
2. Eventuali difformità potranno essere causa di risoluzione del contratto di sponsorizzazione, nonché conseguente incameramento della cauzione eventualmente prestata e causa di risarcimenti danni.

Articolo 31 **Responsabilità dello *sponsor***

1. L'Ateneo e/o le strutture decentrate sono sollevati da qualsiasi responsabilità civile e/o penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello *sponsor*.

Articolo 32 **Strumenti di veicolazione concessi allo *sponsor***

1. Tra gli spazi di competenza dell'Ateneo e/o delle strutture decentrate da dedicare alla veicolazione del logo, del marchio e dei segni distintivi dello *sponsor* nell'ambito di un progetto di sponsorizzazione possono prevedersi:
 - a) appositi banner (pannelli) pubblicitari;
 - b) la cartellonistica applicata ad impalcature per il restauro o la realizzazione di immobili;
 - c) la segnaletica interna ed esterna;
 - d) altri spazi idonei all'interno dell'Ateneo (bacheche, ascensori, dispositivi di arredo urbano etc.);
 - e) gli ulteriori ed eventuali canali di comunicazione ritenuti opportuni di volta in volta per ogni singolo progetto di sponsorizzazione.

Articolo 33 **Protezione dei dati personali**

1. E' fatto divieto di:
 - a) comunicare allo *sponsor* dati personali dei destinatari delle informazioni;
 - b) inserire messaggi pubblicitari (nome, logo, marchio, etc.) dello *sponsor* all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali;
 - c) utilizzare dati personali per differenziare i messaggi pubblicitari in relazione a caratteristiche dei destinatari delle comunicazioni istituzionali.

Articolo 34 **Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca *sponsor***

1. L'Ateneo, i Dipartimenti o Centri muniti di autonomia gestionale possono decidere di affidare l'incarico per la ricerca di *sponsor* ad agenzie specializzate nel campo della pubblicità, secondo le procedure per gli appalti di servizi previsti dal D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. e relativo Regolamento di attuazione ed esecuzione (D.P.R. n. 207 del 5 ottobre 2010).
2. La procedura di gara viene avviata dall'Ateneo, dai Dipartimenti o Centri muniti di autonomia gestionale mediante definizione di specifico bando contenente le caratteristiche dell'incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto-offerta.
3. Possono essere individuati quali prerequisiti per l'accesso alla procedura di selezione i seguenti elementi:
 - a) volume d'affari dell'ultimo triennio;
 - b) struttura organizzativa (numero dipendenti, divisioni, filiali, etc.);
 - c) precedenti esperienze nell'ambito delle sponsorizzazioni per le pubbliche amministrazioni;
 - d) curriculum professionale, con particolare rilievo per l'attività svolta in ambito pubblico.
4. Sarà possibile articolare il punteggio da assegnare agli elementi progettuali piuttosto che a quelli economici; questi ultimi rappresentati dal compenso richiesto, da esprimersi in termini di percentuale.

Articolo 35

Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. L'Ateneo, qui inteso esclusivamente come Amministrazione centrale, definisce le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile per stimolare 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 punto 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicitate clausole di esclusiva:
 - a) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di *sponsor*;
 - b) commerciale, con 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. L'Ateneo evidenzia la sussistenza di clausole di esclusiva generale o commerciale in tutti gli atti preliminari alla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione, in particolare per gli avvisi di sollecitazione alla presentazione di manifestazioni di interesse, nei quali devono essere comunque indicati i criteri di selezione delle proposte di sponsorizzazione concorrenti in relazione alle esclusive.
4. Qualora l'Ateneo ritenga di non volere definire i contratti di sponsorizzazione con clausole di esclusiva ne fornisce chiara indicazione in tutti gli atti preliminari.
5. In ogni caso le operazioni di sponsorizzazione non determinano alcuna sovrapposizione (e quindi incompatibilità) con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali:

- a) patrocinio, laddove si prevede una forma di adesione ed una manifestazione di apprezzamento dell'ente ad iniziative ritenute meritevoli per le loro finalità sociali;
- b) mecenatismo, che si manifesta nel sostegno nei confronti di attività artistiche e culturali;
- c) iniziative di sensibilizzazione correlate a specifici spazi, beni e tematiche di interesse collettivo.

Articolo 36

Aspetti contabili connessi con le sponsorizzazioni

1. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono inserite nel bilancio unico di Ateneo di previsione annuale.
2. Le risorse individuate come minori spese sono comunque contabilizzate a bilancio per pari importo.
3. Le risorse individuate come minori spese e costituenti nella fornitura da parte dello *sponsor* di beni durevoli sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto di ammortamento economico.
4. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono, altresì, contabilizzate nel bilancio unico di Ateneo d'esercizio.

Articolo 37

Aspetti fiscali connessi con le sponsorizzazioni

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale vigente a cui il presente regolamento fa rinvio.
2. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello *sponsor* sussiste obbligo di doppia fatturazione, ovvero fatturazione dello *sponsor* all'Ateneo del valore della prestazione e la fatturazione dell'Ateneo allo *sponsor*, di pari importo, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi (marchio, logo) dello *sponsor*.

Articolo 38

Norme di rinvio

1. Per quanto non espressamente contemplato nel presente Regolamento si applica la normativa vigente in materia.

LETTO, APPROVATO E SOTTOSCRITTO SEDUTA STANTE

IL DIRETTORE GENERALE

IL RETTORE