



Ambasciata d'Italia a Mosca

n.3 del 15 aprile 2015

REGOLAMENTO PER LA GESTIONE DELLA ATTIVITÀ DI SPONSORIZZAZIONE

Articolo 1 (finalità)

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione nonché quelle relative a donazioni o ad altri atti di liberalità in attuazione delle disposizioni previste dalla legislazione italiana in materia e, in particolare, quelle in materia di autonomia gestionale e finanziaria degli Uffici all'Estero.

2. Le sponsorizzazioni, donazioni o altre liberalità, come tutte le attività della Pubblica Amministrazione, devono essere volte al perseguimento di un interesse pubblico e, in particolare, come previsto dall'art. 43 della Legge n. 449/1997:

- a) favorire l'innovazione e l'efficienza dell'organizzazione amministrativa;
- b) realizzare economie mediante risparmi di spesa ovvero maggiori introiti;
- c) garantire una migliore qualità dei servizi istituzionali ovvero un arricchimento patrimoniale per lo Stato.

3. Le sponsorizzazioni possono essere ottenute e utilizzate a condizione che:

- d) escludano ogni conflitto d'interesse con l'attività istituzionale svolta dall'Ambasciata ovvero dalla Pubblica Amministrazione in generale;
- e) non siano contrarie alla legge ovvero ai principi stabiliti dall'ordinamento italiano;
- f) non siano suscettibili di arrecare pregiudizio o danno all'immagine e alle iniziative dell'Ambasciata.

Articolo 2 (prestazioni di sponsorizzazione e scelta dello sponsor)

1. In base al presente Regolamento, la denominazione "sponsor" spetta ai soggetti pubblici e/o privati, imprese, fondazioni e associazioni che presentino, liberamente o dietro richiesta, un'offerta di sponsorizzazione formale in favore dell'Ambasciata d'Italia a Mosca.

2. Le attività dello sponsor sono essenzialmente quelle di fornire, a fronte della promozione della propria immagine, marchio o prodotti, finanziamenti, donazioni e comodati, beni materiali, servizi o altre attività e mezzi di sostegno - materiali,

umani e tecnici – che comportino un arricchimento patrimoniale e funzionale dell’Ambasciata d’Italia a Mosca o in generale della Pubblica Amministrazione italiana.

3. L’Ambasciata intende avvalersi, quando sia ritenuto opportuno in base alle concrete circostanze del caso, della collaborazione di sponsor, al fine di perseguire gli obiettivi descritti nell’articolo 1. La ricerca e l’ottenimento di sponsorizzazioni costituiscono attività discrezionali non incluse tra gli obblighi del servizio dei dipendenti dello Stato.

4. Quando necessario o previsto dalla legge ovvero quando le attività che producono vantaggi per lo sponsor abbiano carattere esclusivo (non sia, cioè, possibile realizzarle più volte in momenti diversi ovvero contemporaneamente avvalendosi di soggetti diversi), la scelta dello sponsor sarà preceduta da forme di pubblicità semplificate ad evidenza pubblica. Nessuna forma di pubblicità si applica ove la sponsorizzazione, la donazione ovvero la liberalità da conseguire non siano vincolate alla concessione in esclusiva di un vantaggio allo sponsor.

5. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall’Ambasciata d’Italia a Mosca nel rispetto dei criteri di cui al presente Regolamento e, comunque, in base al principio dell’offerta più alta o dell’offerta economicamente più vantaggiosa ovvero di quella ritenuta comunque più opportuna.

Articolo 3 (procedura della sponsorizzazione)

1. Lo sponsor, di norma, manifesta liberamente, o dietro richiesta, la propria volontà di offrire una sponsorizzazione mediante comunicazione del proprio rappresentante legale indirizzata all’Ambasciata d’Italia a Mosca anche in formato elettronico ovvero per posta elettronica.

2. La scelta dello sponsor è effettuata dal responsabile del procedimento (Capo Missione) con procedura finalizzata ad assicurare il sostanziale rispetto dei principi fondamentali di efficacia, efficienza e trasparenza dell’azione amministrativa.

3. L’Ambasciata d’Italia a Mosca, a suo insindacabile giudizio, nel rispetto dei principi di economia, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità si riserva il diritto di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora, a suo insindacabile giudizio, ricorra una delle seguenti circostanze:

a) possa derivarne un conflitto d’interesse con l’attività svolta ovvero con gli interessi privati dei propri dipendenti;

b) sia ravvisabile un pregiudizio ovvero un danno d’immagine a se stessa o al Paese nel messaggio pubblicitario dello sponsor;

c) l’offerta di sponsorizzazione abbia per oggetto attività contrarie alla legge;

d) sussista il rischio o l’evidenza di propaganda politica, sindacale, religiosa, pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico, razzista,

incitante alla violenza, ovvero portatore di contenuti offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia e, più in generale, di tutte le espressioni contrarie alle leggi e ai principi dell'ordinamento giuridico italiano.

e) sussistono motivi di opportunità generale anche tenuto conto di usanze e tradizioni del Paese di accreditamento.

4. Nei casi di cui al precedente comma, all'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante tutti i mezzi ritenuti idonei dall'Ambasciata d'Italia a Mosca purché finalizzati alla maggiore informazione e partecipazione da parte dei soggetti interessati.

In particolare, l'avviso di sponsorizzazione deve contenere, i seguenti dati:

f) l'oggetto e la modalità di realizzazione del contratto di sponsorizzazione;

g) gli adempimenti reciproci previsti con eventuale indicazione di un corrispettivo minimo ove sia ipotizzata una gara al rialzo;

h) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione da presentarsi comunque, in forma scritta unitamente alle certificazioni richieste dalla legge locale attestanti l'inesistenza di condizioni pregiudizievoli o limitative della capacità contrattuale dello sponsor.

5. Ove l'avviso di sponsorizzazione non determini criteri di selezione predefiniti, le offerte di sponsorizzazione sono valutate in base a quanto previsto dall'articolo 2, comma 5 del presente Regolamento.

6. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Capo Missione. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'eventuale utilizzazione di "spazi pubblicitari" o degli altri locali in dotazione a questa Ambasciata necessari all'esecuzione delle prestazioni.

7. In nessun caso è consentito il subentro successivo di soggetti diversi rispetto a quello che ha stipulato il contratto di sponsorizzazione.

8. Le previsioni di cui al comma 4 del presente articolo non si applicano ove la sponsorizzazione, la donazione ovvero la liberalità da conseguire non siano vincolate alla concessione in esclusiva di una attività o di uno spazio da parte di questa Ambasciata.

Articolo 4 (contratto di sponsorizzazione)

1. Per contratto di sponsorizzazione si intende il contratto mediante il quale l'Ambasciata d'Italia a Mosca offre, nell'ambito delle proprie iniziative e dietro pagamento di un determinato corrispettivo in denaro, beni o servizi, la possibilità di promuovere le attività di un soggetto terzo così come previsto dall'articolo 2, comma 2 del presente Regolamento.

2. Il contratto di sponsorizzazione viene stipulato mediante sottoscrizione di apposito documento redatto ai sensi del successivo comma 3 ovvero mediante scambio di

comunicazioni concludenti. In entrambi i casi, saranno richiamati, quali clausole vincolanti, tutti i contenuti del presente Regolamento. Su indicazione dell'Ambasciata specifici accorgimenti possono essere successivamente proposti per disciplinare le modalità concrete di sponsorizzazione di singoli eventi.

3. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Capo Missione. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto di sponsorizzazione ovvero delle altre controprestazioni previste.

4. Nel contratto sono stabiliti:

a) l'oggetto della sponsorizzazione;

b) le modalità di attuazione della sponsorizzazione;

c) l'eventuale diritto di esclusiva;

d) la durata della sponsorizzazione;

e) l'eventuale corrispettivo in denaro ovvero le prestazioni a carico dello sponsor;

f) le eventuali controprestazioni a carico dell'Ambasciata;

g) le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;

h) le eventuali clausole di risoluzione del contratto ivi compresa la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor possa recare danno o pregiudizio all'immagine e alle attività dell'Ambasciata d'Italia a Mosca ovvero in caso di conflitto di attività con quest'ultima;

i) il foro competente in caso di controversie.

Articolo 5 (esclusione del diritto di esclusiva)

La Sede può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto, qualora ne ravvisi l'opportunità, anche economica e può decidere, a proprio insindacabile giudizio e ove il contratto non lo escluda esplicitamente, di aggiudicare la sponsorizzazione a sponsor diversi.

Articolo 6 (effettuazione delle prestazioni a carico dello sponsor)

L'effettuazione delle prestazioni a carico dello sponsor ovvero il versamento dei corrispettivi indicati all'articolo 2 comma 2 del presente Regolamento avviene, se non indicato diversamente dal contratto, entro e non oltre trenta giorni naturali consecutivi dalla stipula del contratto stesso e a pena di nullità di ogni impegno assunto dall'Ambasciata d'Italia a Mosca.

Articolo 7 (trattamento dei dati personali)

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, nel rispetto della Legge italiana n. 657 del 1996 e successive modifiche.

2. Titolare del trattamento dei dati è l'Ambasciata d'Italia a Mosca. I dati saranno trattati in conformità alle norme italiane vigenti dagli addetti del Ministero degli Affari Esteri tenuti all'applicazione del presente Avviso.



Cesare Maria Ragolini
Ambasciatore

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Cesare Maria Ragolini", written over the printed name.