



***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***

Sommario

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	1
Art 1. Oggetto e finalità.....	3
Art 2. Definizioni.....	3
Art 3. Presupposti ed esclusioni	4
Art 4. Scelta della sponsorizzazione	4
Finalità.....	4
Ambiti.....	5
Art 5. Donazioni e contributi ad associazioni per progetti sociali	5
Art 6. Normativa.....	5
Art 7. Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione.....	6
Art 8. Procedura interna.....	6
Art 9. Affidamento diretto.....	7
Art 10. Importo annuo massimo	7
Art 11. Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione.....	7
Art 12. Controlli.....	7
Art 13. Rinvio	7
Art 14. Entrata in vigore e pubblicazione.....	7
Art 15. Tracciabilità dei flussi finanziari.....	7
Art 16. Adozione modello organizzativo D.Lgs 231/2001	8

Art 1. Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento, adottato ai sensi dell'art. 12 della L. 07/08/1990 n. 241 e ss.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. AER 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 e della trasparenza inoltre ha cercato di partecipare a progetti di solidarietà e di cooperazione, e a contribuire, per quanto possibile, con donazioni e elargizioni di somme di denaro a progetti di valenza sociale.
3. Ai sensi del Codice Etico vigente, e sulla base delle analisi fatte in relazione all'applicazione della norma 231/01, nella sezione Contributi e Donazioni è espressamente disciplinata e descritta la facoltà di AER SpA di aderire alle richieste di contributi ma limitatamente alle proposte provenienti da enti e associazioni dichiaratamente senza fini di lucro. Inoltre, detti contributi dovranno essere erogati in favore di attività di elevato valore culturale e/o sociale in linea con la filosofia della società. Quanto alle donazioni AER SpA non ammette alcuna forma di regalo che possa essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque rivolta ad 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. Si precisa che tale norma concerne sia i regali promessi od offerti sia quelli ricevuti, intendendosi per regalo qualsiasi tipo di beneficio (partecipazione gratuita a convegni, promessa di un'offerta di lavoro, etc.).
4. Ai sensi inoltre della procedura interna 06 Rev3 al punto 4.2.1.4 che espressamente recita: *"la partecipazione o l'organizzazione di iniziative sul territorio è stabilita dal Presidente in base alle strategie Aziendali, e agli obiettivi per la qualità, l'ambiente, la salute, la sicurezza e la responsabilità sociale, in conformità al Regolamento per la concessione ed erogazione di sovvenzioni, contributi, sussidi ausili finanziari, nonché ogni attribuzione di vantaggi economici di qualunque genere ad Enti pubblici e privati. La gestione ed organizzazione dell'evento è effettuata dall'Ufficio comunicazione."*
5. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità per l'Azienda finalizzata a favorire la divulgazione di progetti in corso oltre alla divulgazione delle corrette modalità di conferimento del rifiuto e in generale alla conoscenza dell'Azienda e delle proprie modalità operative al fine di migliorare il rispetto dell'ambiente e la qualità del conferimento da parte dei cittadini.

Art 2. Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:
 - a) **Vantaggi economici:** per vantaggi economici si intende la messa a disposizione da parte di AER 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 4 (Ambiti)del presente Regolamento.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Azienda o che esercitino attività in conflitto di interesse con attività pubbliche.
4. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti eventi nei quali vi è:
 - 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. 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'Azienda è volta ad ottenere il beneficio di espandere la conoscenza della propria attività attraverso la specifica attività sponsorizzata. Questa Azienda 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 AER Spa. Ambiente Energia Risorse è il nome della nostra società, perché l'Ambiente e la sua protezione sono il nostro obiettivo, l'Energia è quello che oggi mettiamo per svolgere il nostro lavoro, ma è anche quello che domani vogliamo ricavare dai rifiuti, le Risorse sono le materie che possiamo recuperare dai rifiuti.
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 AER, 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 della selezione del rifiuto.
4. Quindi, i principali obiettivi che AER 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.**

Ambiti

1. La sponsorizzazione per AER riguarderà eventi principalmente operanti nei seguenti settori:
 - a) **eventi sportivi 'di base'**: si tratta di eventi relativi allo sport amatoriale e locale. Il sistema valoriale proprio dello sport, infatti, non può essere riferito ai soli ambiti fisico e ludico, ma "a esigenze e motivazioni legate alle sfere individuale e sociale, a quelle psicologica e materiale, come a quelle culturale e salutista".
 - b) **sociale e ambientale**: si tratta di manifestazioni operanti nei settori soprattutto ambientali ed ecologici. In questo ambito la partecipazione di AER è utile al fine di promuovere concetti di fondo come quelli del recupero/riciclo dei materiali.
 - 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.
2. Non rientrano nell'ambito di applicazione del presente Regolamento gli spot televisivi.

Art 5. Donazioni e contributi ad associazioni per progetti sociali

1. AER riserva inoltre delle somme di denaro a fini sociali da utilizzare per promuovere progetti di solidarietà volti alla realizzazione di interventi specifici in Paesi terzi e anche attraverso forme di donazione ad associazioni benefiche in ambito sanitario.
2. Attraverso queste iniziative si intende promuovere non solo iniziative socialmente utili ma anche sensibilizzare il personale dell'Azienda e i cittadini in tal senso.

Art 6. Normativa

1. Qualsiasi intervento sarà concesso previa dichiarazione che l'iniziativa avverrà nel rispetto di tutte le leggi nazionali, regionali e dei regolamenti locali.
2. AER in ogni caso resta estranea nei confronti di qualsiasi rapporto o obbligazione che si costituisce tra i beneficiari dei contributi e soggetti terzi.
3. AER 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, però, 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 come forme di controllo preventivo.

8. Sotto il profilo formale, invece, trattandosi di contratto atipico, non è richiesta per esso alcuna forma specifica a meno che non siano le stesse parti ad accordarsi nel senso di ricorrere ad una determinata forma per la stipulazione. In tal caso, però, si presume che detta forma sia stata voluta ai fini della validità del contratto.

Art 7. Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposita richiesta accompagnata da formale accettazione 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;
 - e) Data di svolgimento dell'iniziativa;
 - f) Target e ambito di riferimento;
 - g) Obblighi delle parti;
 - h) Valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
 - i) Referente dell'iniziativa;
 - j) Possibilità di risoluzione del contratto per inadempimento;
2. La richiesta di sponsorizzazione dovrà essere presentata ad AER in forma scritta, almeno 30 gg prima dell'iniziativa, e la Presidenza di AER valuterà, in conformità al presente regolamento, la fattibilità della sponsorizzazione. Eccezionalmente la Presidenza potrà valutare discrezionalmente richieste pervenutaci in tempi minori.
3. Nel caso la Presidenza di AER intenda aderire all'iniziativa presenterà formale accettazione della proposta di sponsorizzazione richiamando le condizioni che la regolamentano come riportate al comma 1 del presente articolo.
4. Nel caso di risposta positiva da parte di AER Spa lo sponsee si impegna a:
 - a) inserire logo/marchio o comunque il segno distintivo scelto da AER Spa nel materiale pubblicitario/illustrativo dell'iniziativa/attività/progetto;
 - b) evidenziare, nelle comunicazioni, il ruolo dell'Azienda come sponsor ufficiale;
 - c) far pervenire agli uffici di AER Spa tutti i materiali attestanti la sponsorizzazione stessa, al termine delle manifestazioni/eventi;
 - d) e, qualora concordato fra le parti, a mettere a disposizione uno spazio per lo stand espositivo.

Art 8. Procedura interna

1. L'Ufficio Comunicazione sottopone al Presidente la proposta di sponsorizzazione proveniente dall'Ente proponente.
2. Il Presidente, accertata la conformità al presente regolamento decide se partecipare all'evento attraverso formale accettazione o formale diniego di partecipazione.
3. Nel caso di accettazione, l'Ufficio Comunicazione procederà con l'invio della comunicazione dell'accettazione al proponente ai fini della realizzazione pratica della sponsorizzazione e del controllo ai sensi dell'Art. 13 del presente Regolamento ai sensi dell'art Art 12 del presente Regolamento.
4. La comunicazione di accettazione sarà inoltre inviata per conoscenza all'Ufficio Amministrazione.

Art 9. Affidamento diretto

1. AER, nel rispetto del presente regolamento, potrà procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 5.000,00 (IVA esclusa).
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente precedente.

Art 10. Importo annuo massimo

1. Il Consiglio di Amministrazione con l'approvazione del Bilancio di previsione 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.

Art 11. Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

2. Il corrispettivo che AER verserà per la sponsorizzazione avviene, di norma, a seguito di emissione di regolare fattura, da presentare all'Ufficio amministrazione di AER SpA, al termine dell'iniziativa.
3. 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.
4. Il corrispettivo potrà essere versato solo a seguito, dei controlli preliminari obbligatori da parte di AER (DURC e conto dedicato) e della presentazione da parte del proponente dei materiali attestanti l'adempimento del contratto di sponsorizzazione.
5. Nel caso risulti che una parte del contributo non è stato speso, si procederà all'erogazione della sola somma effettivamente utilizzata;
6. Ove altresì, si riscontri il mancato adempimento del contratto di sponsorizzazione AER si riserva la facoltà di disporre la revoca del pagamento.

Art 12. Controlli

1. L'ufficio Comunicazione è tenuto ad organizzare, qualora richiesto e concordato, lo stand informativo, dove sarà garantita, la presenza di personale di AER e del materiale informativo in consultazione e distribuzione.
2. Quindi, l'Ufficio sopra detto 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 ed ai regolamenti comunali applicabili.

Art 14. Entrata in vigore e pubblicazione

1. Il presente regolamento è pubblicato sul sito di AER in data Agosto 2013 ed entra in vigore il primo giorno del mese successivo alla data di avvenuta pubblicazione.
2. Saranno inoltre pubblicate sul sito di AER SpA www.aerspa.it tutte le concessione ed erogazione 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 7

gg. dall'accensione 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 231/2001

1. AER con delibere del proprio Consiglio di Amministrazione in data 16/03/2011 e 26/05/2011, 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. Quindi lo sponsee è tenuto al rispetto delle disposizioni e dei principi del Codice Etico e 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. 231/2001 potrà costituire legittimo motivo di immediata interruzione dei rapporti in essere con l'Azienda.