

FONDAZIONE CONCORSO PIANISTICO INTERNAZIONALE FERRUCCIO BUSONI

REGOLAMENTO RELATIVO AI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Articolo 1)

Il presente Regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge, disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte della Fondazione alla sponsorizzazione, come opportunità di finanziamento delle proprie attività istituzionali.

Articolo 2)

1. Ai fini del regolamento si intende

- a) per *contratto di sponsorizzazione* un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale la Fondazione (sponsee) offre ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore della Fondazione;
 - b) per *"sponsorizzazione"*: ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il nome, marchio, attività o prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine nell'ambito di una iniziativa attuata dalla Fondazione;
 - c) Per *"sponsor"*: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, singolarmente o in forma associata, che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con la Fondazione Concorso Pianistico Internazionale Ferruccio Busoni;
 - d) Per *"sponsee"* la Fondazione Busoni;
 - e) Per *"spazio pubblicitario"*: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dalla Fondazione Busoni per le attività promozionali e pubblicitarie dello sponsor.
2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta, a titolo di liberalità, a favore della Fondazione Busoni di somme di danaro, di beni o di servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative/manifestazioni e rassegne o dell'allestimento di spazi espositivi.

Articolo 3)

1. Le sponsorizzazioni sono dirette al perseguimento di interessi pubblici e tendono a favorire la realizzazione di maggiori economie, il miglioramento della qualità dei servizi prestati all'utenza e comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa.
3. Il Direttore artistico con la segreteria della Fondazione su indicazione del piano esecutivo di gestione elabora un progetto di sponsorizzazione delle iniziative di sua competenza, nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi.

Articolo 4)

La Fondazione pubblica in forma di **open call** sulla pagina internet dedicata al Concorso www.concorsobusoni.it il presente regolamento e la relativa modulistica che individua 3 livelli di sponsorizzazione di seguito elencati:

- a) I° livello per importi superiori a 5.000,00 € fino a 10.000,00 €
- b) II° livello da 10.000,01 € a 15.000,00 €
- c) III° livello per importi superiori a 15.000,00 €

A ciascuna fascia di sponsorizzazione la Fondazione Busoni associa un certo numero di benefit pubblicitari e di visibilità che saranno oggetto di contratto specifico con lo sponsor, con indicazione degli obiettivi della sponsorizzazione, eventuali sanzioni in caso di inadempienza del contratto.

L'offerta dello sponsor deve essere fatta in forma scritta, accompagnata da autocertificazione attestante i requisiti a contrarre con la pubblica amministrazione, e deve contenere:

- a) l'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata; le iniziative, le attività che si intendono sponsorizzare;
- b) il corrispettivo offerto e le modalità di pagamento;
- c) le modalità di svolgimento della sponsorizzazione e l'accettazione senza riserve delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione;
- d) il contenuto del messaggio pubblicitario che costituirà oggetto del contratto.
- e) il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione

Articolo 5)

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:

- a) in una somma di denaro;
- b) in servizi, lavori e forniture realizzati a cura e a spese dello sponsor.

Articolo 6)

La Fondazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che sussista o possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

2. Sono in ogni caso escluse le offerte inerenti a messaggi pubblicitari:

- a) che hanno ad oggetto propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) contenenti messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo; contrarie al rispetto delle pari opportunità tra i generi e/o tra le diverse etnie;
- f) in contrasto con le finalità dell'ente;

3. Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività siano stati condannati, con sentenza passata in giudicato, per violazione di uno delle seguenti discipline normative:

- a) Diritto alla sicurezza e alla salute;
- b) Diritti dei lavoratori;
- c) Obblighi riguardanti la tutela dei consumatori e la protezione dell'ambiente

Articolo 7)

1. I dati personali raccolti in esecuzione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

2. Saranno rispettate le indicazioni del Garante della Privacy dd. 20.09.2006

3. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è devoluta al foro di Bolzano