



REGOLAMENTO SPONSORIZZAZIONI

Approvato dal Consiglio di Amministrazione di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.
in data 26/01/2022

Indice

- Art. 1 Oggetto e finalità
- Art. 2 Definizioni e tipologia di contratti
- Art. 3 Determinazione delle iniziative rilevanti per la sponsorizzazione.
- Art. 4 Casi di esclusione e inammissibilità
- Art. 5 Procedimento di scelta dello sponsor per l'affidamento di contratti di sponsorizzazione per importo pari o inferiore a € 40.000,00
- Art. 6 Procedimento di scelta dello sponsor per l'affidamento di contratti di sponsorizzazione per importo superiore a € 40.000,00
- Art. 7 Recepimento di proposte spontanee di sponsorizzazione
- Art. 8 Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto
- Art. 9 Esclusiva
- Art. 10 Contratto di sponsorizzazione
- Art. 11 Obblighi dello sponsor
- Art. 12 Obblighi dello sponsee
- Art. 13 Controlli
- Art. 14 Aspetti contabili e fiscali
- Art. 15 Trattamento dei dati personali
- Art. 16 Controversie
- Art. 17 Norme di rinvio
- Art. 18 Entrata in vigore e pubblicazione - Modificazione

Art. 1 – Oggetto e finalità

1.1. Il presente Regolamento disciplina nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 19 del d.lgs. 18 aprile 2016 n.50 s.m.i. le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite da Turismo Torino e Provincia s.c.r.l..

1.2. Il presente Regolamento regola i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di affidamento dei contratti di sponsorizzazione per le iniziative, i progetti, gli eventi culturali, sociali, ricreativi e altro, promossi da Turismo Torino e Provincia s.c.r.l., nella consapevolezza che il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità di finanziamento delle attività di Turismo Torino e

Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.

Uffici e sede legale

Via Maria Vittoria 19 • 10123 Torino Italy
Tel. +39.011.8185011 • Fax +39.011.883426

P.Iva 07401840017
Registro imprese di Torino • REA n° 890093

contact@turismotorino.org
www.turismotorino.org



Provincia s.c.r.l. nell'ottica di un potenziamento dei servizi nel perseguimento del pubblico interesse.

1.3. Turismo Torino procede allo svolgimento delle attività di cui al punto 1.2. nel rispetto dei criteri di economicità, efficienza, efficacia, imparzialità e trasparenza. In tale ottica, Turismo Torino può adottare con provvedimento motivato dell'Organo Gestorio l'introduzione di classi e categorie con riferimento alle tipologie di sponsor e di sponsorizzazioni in ragione della tipologia di evento o di altri fattori.

Art. 2 – Definizioni e tipologie di contratti.

2.1. Ai fini del presente Regolamento si intende:

- a) per **“contratto di sponsorizzazione”** (di seguito denominato **“contratto”**): un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. **“sponsorizzato”** offre, nell'ambito di propri eventi, iniziative culturali o progetti, ad un soggetto **“sponsor”** che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una determinata prestazione, diretta o indiretta, in termini di lavori, servizi o forniture, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili nei modi previsti dal contratto;
- b) per **“sponsor”**: il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico o a partecipazione pubblica che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.;
- c) per **“sponsorizzato (o sponsee)”**: il soggetto che mette a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, cioè Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.;
- d) per **“sponsorizzazione”**: ogni corrispettivo in denaro (**“sponsorizzazione di puro finanziamento”**), ovvero ogni prestazione in beni o in servizi (**“sponsorizzazione tecnica”**), diretta o indiretta, ovvero ogni prestazione in parte in beni o in servizi e in parte in denaro (**“sponsorizzazione mista”**), proveniente dallo sponsor allo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi ottenere un beneficio d'immagine;
- e) per **“spazio pubblicitario”**: lo spazio fisico o telematico o comunque il supporto alla veicolazione delle informazioni, messo a disposizione dallo sponsee per pubblicizzare lo sponsor;
- f) per **“Società Consortile”** o **“TT”**: Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.;
- g) **Evento**: iniziativa promossa a qualunque titolo da Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.

2.2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella dazione di un corrispettivo in denaro ovvero in un risparmio di spesa a vantaggio di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l..

2.3. E' altresì ammessa la **“sponsorizzazione indiretta”**, ovvero il contratto di sponsorizzazione mediante il quale lo sponsor si obbliga a retribuire quanto fatto da terzi, per eseguire lavori, prestare



servizi o forniture a favore dello sponsorizzato, cioè Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.. In tal caso si applicherà l'art. 11.1. del presente Regolamento.

2.4. Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. inoltre, si riserva la facoltà di stipulare dei contratti di “**co-sponsorizzazione**”, intendendo indicare, con tale espressione, quei contratti a prestazioni corrispettive in cui entrambe le parti contraenti assumono reciprocamente la qualità di sponsee. In tal caso, entrambe le parti garantiscono all'altro contraente la possibilità di pubblicizzare in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili e traggono vantaggio dalla visibilità/pubblicità derivatagli dal contratto.

Art. 3 – Determinazione delle iniziative rilevanti per la sponsorizzazione.

3.1. Il ricorso alle sponsorizzazioni può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni ed i servizi previsti a carico del bilancio di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. o per le quali sia previsto l'intervento di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.

3.2. Spetta al Comitato di Direzione individuare quali iniziative/eventi siano passibili di accogliere un procedimento di sponsorizzazione.

Art. 4 – Casi di esclusione e inammissibilità

4.1. Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. può rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione, nonché recedere dal contratto eventualmente già stipulato, qualora:

- a) ritenga che possa esserci un conflitto di interesse tra l'attività svolta dalla Società Consortile e quella dello sponsor;
- b) siano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con lo sponsor;
- c) ravvisi nel messaggio sponsorizzato un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
- d) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

4.2. Non sono, in ogni caso, ammesse sponsorizzazioni riguardanti:

- Propaganda di messaggi di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- Pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco e/o superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, gioco d'azzardo;
- Messaggi offensivi, inclusi espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia o comunque lesive della dignità umana.

4.3. Sono escluse le sponsorizzazioni da parte di soggetti che adottino comportamenti in contrasto con i principi del Codice Etico di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.

4.4. Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. si riserva, in ogni caso, la facoltà di non accogliere richieste di sponsorizzazione, a suo insindacabile giudizio, per motivi di inopportunità.

4.5. Sono in esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che non sono in possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 80 del D.lgs. 50/2016.



Art. 5 – Procedimento di scelta dello sponsor per l’affidamento di contratti di sponsorizzazione per importo pari o inferiore a € 40.000,00

5.1. L’individuazione degli sponsor interviene tramite la pubblicazione di un avviso sul portale internet di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. e la comunicazione per mezzo di email agli operatori economici che si sono registrati nell’Albo Sponsor di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l..

5.2. A tali elenchi di operatori economici possono essere iscritti i soggetti che ne facciano richiesta e che siano in possesso dei requisiti di cui all’art. 80 del D.Lgs. 50/2016.

Coloro che sono interessati a diventare sponsor, potranno iscriversi, tramite il bottone “Diventa nostro sponsor”, sull’home page di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.

5.3. In caso di più adesioni di sponsor ad una iniziativa, verrà eseguita una selezione comparativa sulla base dei criteri individuati nell’avviso di sponsorizzazione.

5.4. In caso di sponsorizzazione tecnica gli avvisi di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. possono contenere opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all’esecuzione delle opere o delle forniture ed alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

5.4. – L’approvazione dell’avviso o delle varianti dell’avviso spetta al Consiglio di Amministrazione.

5.5. - I contratti di sponsorizzazione di importo pari o inferiore a € 40.000,00 possono anche essere avviati dal Dirigente competente, previa informativa al Comitato di Direzione, prescindendo dalla procedura di cui ai precedenti punti da 5.1. a 5.4., in caso di urgenza o di particolare interesse della proposta di sponsorizzazione o di sussistenza di diritti di esclusiva, restando il rispetto dell’art. 80 del D.Lgs. 50/2016, p

Art. 6 – Procedimento di scelta dello sponsor per l’affidamento di contratti di sponsorizzazione per importo superiore a € 40.000,00

6.1. Nel caso di importo superiore a quarantamila euro, la scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale previa pubblicazione di apposito avviso sul portale internet di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. per trenta giorni; nella home page del portale ci sarà un bottone “Diventa nostro sponsor”, che darà accesso agli avvisi in corso e all’archivio.

Inoltre, Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. si riserva di valutare, di volta in volta, l’opportunità di utilizzare altre modalità di pubblicazione (portali della Regione Piemonte, della Città di Torino, della Camera di Commercio, pagina facebook di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.,...) in relazione alle specificità della sponsorizzazione.

6.2. L’avviso dovrà indicare almeno:

- * l’attività, il progetto o l’iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
- * l’indicazione dello spazio pubblicitario utilizzabile, la durata della pubblicità e il suo valore;

- * l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione o la prestazione in beni o in servizi, diretta o indiretta richiesta;
- * i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva, ivi compreso il possesso dei requisiti di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016;
- * il termine di presentazione delle offerte, che non può essere in ogni caso inferiore a 30 giorni;
- * i criteri di valutazione per la scelta dello sponsor;
- * l'eventuale compresenza di diversi sponsor nell'ambito del medesimo contratto;
- * il periodo di validità delle offerte;
- * gli obblighi dello sponsor;
- * eventuali cause di risoluzione;
- * il Responsabile del Procedimento;
- * ogni altra condizione ritenuta utile.

6.3. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nella relativa procedura;
- le dichiarazioni sostitutive in merito al possesso dei requisiti di partecipazione;
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti alla sponsorizzazione ed alle relative autorizzazioni;
- ogni altra condizione ritenuta utile e di volta in volta specificata nell'avviso.

Alla procedura si applicano i requisiti di qualificazione previsti per gli appalti di servizi.

6.4. Scaduto il termine individuato dall'avviso per la presentazione delle offerte, si procederà con la valutazione delle stesse nel rispetto dei criteri e delle modalità di valutazione stabiliti nell'avviso di sponsorizzazione.

6.5. Il Responsabile del Procedimento, nei casi in cui pervenga una sola offerta, si riserva la possibilità di affidare comunque la sponsorizzazione, ove ritenga che tale offerta sia vantaggiosa per Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.

6.6. – Nel caso la procedura selettiva sia andata deserta, è ammesso il ricorso al procedimento di cui all'art. 5.5 del presente Regolamento.

Art. 7 – Recepimento di proposte spontanee di sponsorizzazione

7.1. Ove pervenga a Turismo Torino e Provincia s.c.r.l., da parte di un soggetto sponsor promotore, una proposta di sponsorizzazione di iniziativa finalizzata ad un determinato evento, per il quale non era prevista la pubblicazione dell'avviso di sponsorizzazione o che comunque ne prescinda, il Dirigente competente valuta preventivamente l'ammissibilità della stessa e la convenienza per l'interesse pubblico, sentito il Comitato di Direzione.

7.2. Qualora la proposta non sia ritenuta ammissibile o comunque di interesse, il Dirigente competente provvederà a darne notizia al proponente.



7.3. In caso di analisi positiva della proposta di sponsorizzazione il Dirigente, previo assenso del Comitato di Direzione, attiverà le procedure di scelta dello sponsor, come descritte agli artt. 5 e 6 del presente Regolamento, inserendo nell'avviso il c.d. diritto di prelazione consistente nella possibilità data al promotore dell'iniziativa di sponsorizzazione, nel caso in cui aderiscano all'avviso altri soggetti, di adeguare la propria offerta entro il termine di dieci giorni a quella che Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. abbia giudicato più conveniente tra quelle pervenute. In questo caso il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

7.4. - In caso di urgenza o di particolare interesse della proposta di sponsorizzazione o di sussistenza di diritti di esclusiva, resta salva la possibilità di procedere a termini dell'art. 5.5. del presente Regolamento.

Art. 8 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

8.1. Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. si riserva la facoltà di prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi e forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni, come prestazioni accessorie al contratto principale.

8.2. In tal caso, si applicheranno le procedure di selezione del soggetto contraente di cui al codice appalti o del Regolamento generale dei Contratti adottato da Turismo Torino e Provincia s.c.r.l..

8.3. – Resta inteso che, in entrambi i casi, i criteri di valutazione dell'elemento della sponsorizzazione saranno predeterminati nel bando o nella lettera di invito.

Art. 9 - Esclusiva

9.1 Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. si riserva la facoltà di stipulare contratti di sponsorizzazione con uno sponsor unico ovvero con più soggetti sponsor per ogni specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o attività.

9.2 L'eventuale adozione della clausola di esclusiva prevede la sua specifica motivazione e sarà indicata nell'avviso delle procedure di sponsorizzazione, ove adottato, o comunque precisata in atti.

Art. 10 – Contratto di sponsorizzazione

10.1. La sponsorizzazione, indipendentemente che venga affidata direttamente o previa procedura selettiva, viene regolata da apposito contratto scritto, nel quale risultino almeno:

- l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
- il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi per i quali sia prevista la sponsorizzazione e il valore del ritorno pubblicitario;

- la controprestazione offerta allo sponsor, con l'indicazione delle modalità di promozione, comunicazione, pubblicità e visibilità dello sponsor nonché la presenza di eventuali limiti allo sfruttamento dell'immagine;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- le modalità ed i tempi di esecuzione nonché quantificazione del valore dei lavori, della prestazione e/o fornitura da parte dello sponsor;
- gli obblighi delle parti;
- il corrispettivo della sponsorizzazione nel caso di sponsorizzazione pura;
- gli eventuali controlli sull'attività dello sponsor e sulla corretta esecuzione del contratto;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze dello sponsor;
- la facoltà di recesso da parte di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.;
- la risoluzione del contratto per inadempimento;
- le prescrizioni in materia di controversie, spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso da parte di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l..

Art. 11 – Obblighi dello sponsor

11.1. Il corrispettivo dovuto dallo sponsor per il ritorno di immagine del proprio nome/marchio/logo avviene in una delle seguenti forme:

- mediante erogazione diretta a Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. dell'importo indicato nella proposta di sponsorizzazione e successivamente contrattualizzato;
- nel caso di sponsorizzazione indiretta, di cui all'art. 2.3. del presente Regolamento, mediante pagamento diretto al fornitore, previa attestazione da parte di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni rese a suo favore, dell'importo indicato nella proposta di sponsorizzazione e successivamente contrattualizzato;
- con la realizzazione, a propria cura e spese, degli interventi indicati nella proposta di sponsorizzazione e successivamente contrattualizzati.

11.2. Sono a carico dello sponsor i costi relativi all'installazione e manutenzione di eventuali impianti, cartelli e similari per la segnalazione della sponsorizzazione che riportino il marchio/logo stesso.

11.3. Nel caso di sponsorizzazione di puro finanziamento, lo sponsor si obbliga al pagamento della somma di denaro, di norma, per una quota pari al 50% (cinquanta per cento) al momento della sottoscrizione del contratto e per la restante parte secondo un piano predisposto dal Dirigente competente.



11.4. I pagamenti devono essere effettuati con bonifico bancario sul conto indicato da Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.

11.5. Nel caso di sponsorizzazione tecnica, lo sponsor si obbliga ad eseguire l'intervento secondo il cronoprogramma indicato nella proposta di sponsorizzazione.

11.6. Ove previsto, lo sponsor deve prestare all'atto della sottoscrizione del contratto apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo e/o delle prestazioni assunte, secondo le modalità di cui all'art. 103 del D.Lgs. 50/2016.

Art. 12- Obblighi dello sponsee

12.1. Lo sponsee, quale controprestazione del finanziamento, ovvero dei lavori, beni e servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a mero titolo esemplificativo, alcune delle seguenti forme pubblicitarie a favore dello sponsor:

- riproduzione del marchio/logo e delle generalità dello sponsor sul materiale pubblicitario dell'intervento o dell'iniziativa e/o sul sito web istituzionale, all'interno dello spazio informativo inerente l'attività interessata;
- riproduzione del marchio/logo e delle generalità dello sponsor su teli a coperture dei lavori/opere oggetto di sponsorizzazione e su teli predisposti in occasione delle manifestazioni sponsorizzate.

12.2. Le forme pubblicitarie saranno individuate nell'avviso di sponsorizzazione.

Art. 13 – Controlli

13.1. Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. si riserva la facoltà di effettuare periodiche verifiche, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti richiesti allo sponsor.

13.2. Eventuali inadempimenti potranno essere causa di comminazione di penali e/o di risoluzione del contratto di sponsorizzazione, secondo quanto espressamente disciplinato di volta in volta dal contratto stesso.

Art. 14 - Aspetti contabili e fiscali

14.1. Le prestazioni rese ai sensi del presente regolamento generano emissione di fatture e sono soggette alla normativa fiscale vigente, cui si rinvia. Pertanto:

- a) nel caso di sponsorizzazione di puro finanziamento, lo sponsee fatturerà allo sponsor il valore della sponsorizzazione, soggetto a IVA secondo la normativa vigente;
- b) nel caso di sponsorizzazione tecnica ovvero qualora siano stati ceduti beni o servizi, è fatto obbligo della fatturazione reciproca, ovvero:
 - lo sponsor fatturerà allo sponsee il corrispettivo del servizio o dei beni ceduti, soggetto a IVA in regime di split payment, salvo esclusioni previste per legge;
 - lo sponsee fatturerà allo sponsor il corrispettivo, di pari importo, per l'attività di sponsorizzazione, soggetto a IVA secondo la normativa vigente;
- c) in caso di sponsorizzazione mista si agirà come previsto sia al punto a) che al punto b)



d) in caso di sponsorizzazione indiretta di cui all'art. 2.3. del presente Regolamento si agirà come segue: il soggetto terzo emetterà fattura allo sponsor che provvederà al relativo pagamento, previo nulla osta da parte di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.

14.2. Rimangono a carico dello sponsor le spese relative al pagamento delle imposte, tasse, canoni e corrispettivi previsti dalla legge e/o da regolamenti derivanti dall'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e dalla realizzazione delle attività sponsorizzate.

Art. 15 – Trattamento dei dati personali

15.1. Il trattamento dei dati avviene in conformità alla normativa vigente ed esclusivamente per le finalità previste del presente Regolamento nel rispetto delle politiche di accountability dei soggetti coinvolti.

Art. 16 - Controversie

16.1. Qualsiasi controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto di sponsorizzazione è sottoposta al competente Foro di Torino.

Art. 17 - Norme di rinvio

17.1. Per quanto non espressamente disciplinato del presente Regolamento, si fa rinvio al Codice dei Contratti e alla normativa comunque applicabile.

Art. 18 – Entrata in vigore e pubblicazione

18.1. Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo a quello della sua approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. e sarà pubblicato sul sito istituzionale di Turismo Torino e Provincia s.c.r.l., nell'apposita sezione "Bandi e Gare". Qualsiasi modifica del presente Regolamento deve essere approvata dal Consiglio di Amministrazione della Società.