



UNIVERSITÀ
di **VERONA**

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI E DELLE ALTRE TIPOLOGIE DI FINANZIAMENTO ESTERNO

(emanato con D.R. rep. n. 3789 del 30 aprile 2021 - in vigore dal 1 maggio 2021)



PREMESSE

Art. 1 - Ambito di applicazione e definizioni

1. L'Università degli Studi di Verona (di seguito "Università" o "Ateneo") in aderenza ai principi di buon andamento e di trasparenza, secondo quanto previsto dall'art. 43 della legge n. 449 del 1997, dall'art. 19 del d.lgs. 50 del 2016 e dall'art. 66 del Regolamento per l'Amministrazione, la Finanza e la Contabilità, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, di realizzare maggiori economie e/o nuove entrate, nonché di aumentare la qualità dei servizi prestati, può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti terzi e porre in essere ogni altra forma di contratto finalizzato all'autofinanziamento delle attività dell'Ateneo.
2. Ai fini del presente regolamento si intende per:
 - a) "Sponsorizzazione": ogni contributo in beni o servizi, prestazioni, denaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione o denominazione sociale, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b) "Contratto di sponsorizzazione": un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, mediante il quale l'Università di Verona (sponsee) offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o ad erogare servizi/beni a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare, in appositi, determinati spazi e per un periodo definito, nome, logo, marchio o prodotti;
 - c) "Sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Università di Verona;
 - d) "Amministrazione" o "Sponsee": l'Università di Verona.
3. Rientrano nell'ambito di applicazione del presente Regolamento:
 - a) I contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto:
 - l) la sponsorizzazione mediante dazione di denaro (c.d. pura o di puro finanziamento) che ricorre quando un soggetto detto Sponsor si impegna nei confronti dell'Università esclusivamente al riconoscimento di un contributo in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari e non anche allo svolgimento di altre attività;



II) la sponsorizzazione mediante esecuzione diretta di lavori, servizi e forniture (c.d. tecnica) che ricorre quando è prevista l'esecuzione di lavori, l'erogazione di servizi o forniture di beni a cura e spese dello Sponsor;

III) la sponsorizzazione mista mediante sia dazione di denaro che esecuzione diretta di lavori servizi e forniture che ricorre quando lo Sponsor in parte finanzia attività dell'Università e in parte esegue lavori, presta servizi o forniture in favore della stessa.

- b) Le modalità di mecenatismo culturale, che consiste in un contributo quale erogazione liberale in denaro, donazione di beni mobili o immobili, attribuzione di diritti d'uso diversi, senza che a tale impegno corrisponda l'obbligo di una prestazione corrispettiva. Il mecenatismo consente al mecenate di dedurre fiscalmente erogazioni liberali fatte a favore dell'Ateneo ed è ammesso solo per lo svolgimento di compiti istituzionali e per la realizzazione di programmi culturali nei settori dei beni culturali e dello spettacolo.
- c) Le donazioni (ovvero erogazioni a titolo di liberalità fatte da privati), i legati (ovvero la possibilità indicata all'interno di un testamento di destinare all'Ateneo beni determinati, mobili o immobili, anche finalizzando il lascito ad un determinato scopo indicato dal testatore), i lasciti ereditari (ovvero la possibilità di nominare all'interno di un testamento l'Ateneo quale erede universale, a destinazione libera o vincolata).
- d) L'accordo di collaborazione, di cui all'art. 43, l. 449/1997: è più ampio e articolato della sponsorizzazione, non limitato ad un evento/oggetto specifico e connotato da un complesso di iniziative istituzionali gestite in comune tra Ateneo e privati, con un sostegno non solamente finanziario o tecnico, ma anche organizzativo.
- e) Iniziative promozionali realizzate da terzi negli spazi di Ateneo su concessione specifica. Per la loro disciplina si rimanda al "*Regolamento per l'utilizzo delle aule didattiche dell'Università di Verona*", approvato dal Consiglio di Amministrazione il 29 marzo 2018.
- f) Il crowdfunding, che consiste in un innovativo strumento di raccolta fondi on-line destinati alla realizzazione di singole iniziative e progetti nei diversi campi del sapere. Attraverso questo strumento chiunque può finanziare iniziative e progetti, anche con un piccolo importo, e soprattutto può scegliere verso quale progetto/iniziativa indirizzarsi restando informato sui risultati di volta in volta conseguiti.
- g) L'adozione a distanza di studenti meritevoli e privi di mezzi. I soggetti interessati potranno devolvere all'Università le risorse necessarie alla istituzione di borse di studio finalizzate a sostenere, per l'intero percorso di studi, uno o più studenti che si immatricolano ad uno dei corsi di studio attivati presso questa Università. L'importo annuale della borsa sarà assegnato



allo/agli studente/i nel primo anno del percorso universitario e perdurerà per l'intera durata del corso di studi purché in presenza dei requisiti di merito e di reddito stabiliti nel relativo regolamento per il conferimento della borsa di studio.

Art. 2 - Individuazione e approvazione delle iniziative

1. Tutte le Strutture dell'Università (Direzioni, Dipartimenti, Scuole, Centri e Biblioteche), in quanto Centri di responsabilità come individuati dal Regolamento per l'amministrazione, la finanza e la contabilità dell'Ateneo (D.R. 1315/2017), hanno la facoltà di ricercare autonomamente forme di sponsorizzazione o altre tipologie di finanziamento esterno che possono comportare per il bilancio di Ateneo sia riduzioni di spesa, sia incrementi di entrata. Il ricorso a tali iniziative può riguardare tutte le voci previste a carico del bilancio di Ateneo nei capitoli di spesa ordinaria.
2. È facoltà dell'Università, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni o altre tipologie di finanziamento esterno ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, da attribuire una volta espletata l'apposita procedura di selezione.
3. Le iniziative riguardanti il mecenatismo culturale devono essere sottoposte all'approvazione del Consiglio di Amministrazione.

SEZIONE I - CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 3 - Condizioni di ammissibilità

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione è ammesso ove siano soddisfatte le seguenti condizioni:
 - a) il perseguimento di interessi pubblici strettamente connessi ai fini istituzionali dell'Università;
 - b) l'esclusione di conflitto di interesse tra l'attività dell'Università e quella dello Sponsor;
 - c) il conseguimento di risparmi di spesa e/o di nuove entrate per l'Ateneo;
 - d) lo Sponsor non abbia in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Ateneo;
 - e) lo Sponsor rilasci la certificazione o la dichiarazione sostitutiva antimafia.
2. Pur sussistendo le condizioni di cui al comma precedente, l'Ateneo può considerare inammissibile e, quindi, rifiutare qualsiasi iniziativa qualora ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine e alle proprie iniziative o ritenga inaccettabile l'offerta dello Sponsor per motivi di opportunità rimessi al suo prudente apprezzamento.
3. Sono in ogni caso vietate iniziative riguardanti:



- a) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di prodotti lesivi dell'ambiente, della dignità della persona, della salute, o comunque non consoni ai luoghi in cui si svolge l'attività universitaria;
 - b) propaganda di natura politica o sindacale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia di qualunque genere.
4. Ove una delle ipotesi di esclusione citate nei precedenti commi si verifichi dopo la conclusione del Contratto e in fase di esecuzione, l'Università potrà recedere dal contratto di sponsorizzazione, previa contestazione allo Sponsor e valutazione delle sue eventuali giustificazioni.

Art. 4 - Procedure di affidamento dei contratti di sponsorizzazione

1. In conformità alla disciplina contenuta nell'art. 19 del D. Lgs. 50/2016 (Codice dei contratti pubblici), ai fini dell'individuazione della procedura di scelta dello sponsor occorre distinguere la sponsorizzazione mediante dazione di denaro (c.d. pura) dalla sponsorizzazione mediante esecuzione diretta di lavori, servizi e forniture (c.d. tecnica).
2. L'attività di valutazione e approvazione delle offerte di sponsorizzazione inferiori a € 40.000,00 è di competenza del Consiglio del singolo Centro di responsabilità destinatario delle offerte stesse.
3. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a € 40.000,00, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti dall'Ateneo (sponsorizzazione c.d. pura), è soggetto alla seguente procedura:
 - a) l'Università è tenuta esclusivamente alla previa pubblicazione sul proprio sito internet, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di Sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto;
 - b) trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto delle prescrizioni contenute nell'art. 80 del Codice;
 - c) l'offerta deve essere presentata in forma scritta, nel rispetto delle condizioni richieste dalla stazione appaltante, corredata da apposita autocertificazione attestante il possesso dei requisiti generali di affidabilità e moralità previsti dal citato art. 80;



- d) Le offerte di sponsorizzazione saranno valutate da apposita commissione, individuata e nominata con decreto del Rettore, nel rispetto dei criteri predeterminati dall'Università, volti ad assicurare il maggior finanziamento possibile dell'iniziativa o attività, laddove il corrispettivo della sponsorizzazione consista in una somma di denaro.
4. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione c.d. tecnica, che prevedano la realizzazione di lavori o la prestazione di servizi e/o forniture direttamente a cura e spese dello Sponsor, di importo superiore a € 40.000,00, fermo restando l'obbligo di rispetto dei principi comunitari in materia e delle disposizioni nazionali sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori di lavori pubblici, è soggetto alla seguente procedura:
- a) la scelta dello Sponsor dovrà avvenire nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità;
 - b) per contratti di importo pari o superiore a 40.000,00 euro e inferiore a 150.000,00 euro l'Università potrà ricorrere ad una procedura negoziata previa consultazione di almeno cinque operatori economici;
 - c) per contratti di importo pari o superiore a 150.000,00 euro e inferiori a 1.000.000,00 euro l'Università potrà ricorrere ad una procedura negoziata previa consultazione di almeno dieci operatori economici;
 - d) per contratti di importo pari o superiore a 1.000.000,00 euro, l'Università dovrà ricorrere ad una procedura aperta;
 - e) l'offerta deve essere presentata in forma scritta, nel rispetto delle condizioni richieste dalla stazione appaltante, corredata da apposita autocertificazione attestante il possesso dei requisiti generali di affidabilità e moralità previsti dall'art. 80, nonché dei requisiti di qualificazione previsti dal Codice dei contratti pubblici per l'esecuzione dei lavori o per la prestazione di servizi e forniture;
 - f) le offerte saranno valutate da apposita commissione, individuata e nominata con decreto del Rettore e l'Amministrazione potrà stipulare un accordo di sponsorizzazione soltanto con soggetti che, all'esito delle procedure sopra indicate e dei controlli sul possesso dei requisiti dichiarati, risultino in possesso dei requisiti dichiarati.
5. Nel caso di Sponsorizzazione tecnica, resta ferma la necessità di verificare che lo Sponsor sia in possesso dei requisiti per eseguire le prestazioni oggetto del contratto. L'Università si riserva la possibilità di verificare preventivamente il volume di affari e la solidità finanziaria e professionale dichiarati dallo Sponsor in relazione alle tipologie di prestazioni oggetto del Contratto. L'Università



impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori.

Art. 5 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

1. L'Università, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, può prevedere nei bandi e nelle lettere di invito clausole inerenti a sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

Art. 6 - Contenuti minimi del Contratto di sponsorizzazione

1. Una volta individuato lo Sponsor si potrà procedere con la stipula del Contratto di sponsorizzazione che dovrà prevedere al suo interno i seguenti elementi:
 - a) l'oggetto e le finalità del contratto;
 - b) la puntuale descrizione della modalità di attuazione della Sponsorizzazione;
 - c) la durata del contratto;
 - d) le responsabilità e gli obblighi assunti dallo Sponsor e dall'Ateneo;
 - e) l'esatta indicazione degli eventuali Spazi pubblicitari messi a disposizione dall'Ateneo;
 - f) il corrispettivo della Sponsorizzazione, con l'indicazione dei termini e delle modalità di pagamento;
 - g) le possibili cause di risoluzione del contratto;
 - h) le eventuali garanzie richieste;
 - i) gli obblighi delle parti in materia di trattamento dei dati personali;
 - j) le prescrizioni in materia di controversie e spese contrattuali.
2. Ciascun Contratto di sponsorizzazione inoltre dovrà prevedere espressamente la facoltà per l'Università di recedere dal contratto prima della scadenza, nel caso in cui lo Sponsor rechi danno all'immagine dell'Università stessa, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.
3. L'Ateneo si riserva la facoltà di esperire verifiche periodiche al fine di accertare eventuali difformità a quanto convenuto nel Contratto di sponsorizzazione che potranno, pertanto, costituire causa di risoluzione del contratto e di risarcimento danni.
4. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il contratto deve prevedere le modalità di pagamento che, di norma, deve avvenire almeno nella misura del 30% al



momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.

5. Lo schema contrattuale che recepisce i contenuti minimi sopra indicati è allegato al presente Regolamento e ne forma parte integrante.

Art. 7 - Aspetti fiscali

1. Il corrispettivo del Contratto di sponsorizzazione, ai sensi dell'art. 4, comma 5 lett. i) DPR 633/72, è rilevante a fini IVA e deve essere fatturato dall'Università allo Sponsor.
2. Se il corrispettivo del Contratto di sponsorizzazione consiste in lavori, servizi, fornitura di beni, anche lo Sponsor deve emettere fattura all'Università con l'aliquota prevista dalla normativa IVA.
3. L'Università si riserva la possibilità, prima di procedere alla liquidazione di fatture emesse dallo Sponsor, di richiedere un dettagliato resoconto periodico ricognitivo delle attività e delle prestazioni svolte o delle forniture effettuate durante il periodo di vigenza del Contratto.

SEZIONE II – ALTRE TIPOLOGIE DI FINANZIAMENTO

Art. 8 - Donazioni e Lasciti testamentari

1. Le Strutture dell'Ateneo possono ricevere proposte di donazione e lasciti testamentari, previa valutazione delle informazioni inerenti al profilo del donatore, al fine di accertare che tale profilo non sia in contrasto con le finalità dell'Ateneo e che le sue eventuali caratteristiche non siano in contrasto con i principi istituzionali, di imparzialità e di rispetto dei diversi orientamenti culturali, religiosi o politici tutelati dall'ordinamento.
2. La proposta di donazione deve essere sempre preceduta da lettera di intenti indirizzata al Rettore che deve prevedere espressamente:
 - a) le generalità del donante;
 - b) la volontà ("*animus donandi*") di donare specificando le motivazioni alla base della donazione;
 - c) l'oggetto della donazione (somma di denaro, bene mobile, universalità di beni mobili, bene immobile);
 - d) lo spirito di liberalità o la specifica finalità della donazione (donazione modale ex art. 793 codice civile).
3. Nel caso di contributi o di donazioni di beni mobili l'atto di accettazione è di competenza del Direttore Generale, ai sensi dell'art. 48, co. 2, lett. b) del Regolamento per l'amministrazione, la finanza e la contabilità dell'Ateneo (D.R. 1315/2017).



4. Le Donazioni in denaro superiori ad importi stabiliti dal Consiglio di Amministrazione o di beni immobili nonché l'accettazione di eredità o di lasciti testamentari sono di esclusiva competenza del Consiglio di Amministrazione, rispettivamente ai sensi dell'art. 48, co. 1, lettere c) ed e) per l'amministrazione, la finanza e la contabilità dell'Ateneo (D.R. 1315/2017).
5. In sede di esame della proposta di donazione vanno attentamente valutate le motivazioni alla base della stessa al fine di evitare che possano verificarsi circostanze pregiudizievoli, attuali e future, per l'Ateneo anche in ordine agli effetti delle stesse sul bilancio e sugli equilibri.

Art. 9 - Crowdfunding

1. L'Università, a sostegno delle attività istituzionali, può utilizzare lo strumento del crowdfunding e avviare, direttamente o attraverso piattaforme esterne, una campagna di raccolta fondi on-line dandone adeguata pubblicità sul sito web istituzionale. Tale forma di finanziamento può attuarsi secondo le forme del:
 - reward based, raccolta fondi che in cambio di donazioni in denaro prevede una ricompensa o un riconoscimento come il ringraziamento pubblico sul sito istituzionale;
 - donation based, utilizzato per finanziare iniziative senza scopo di lucro.
2. Le singole iniziative, volte alla realizzazione di specifici progetti ovvero destinate a finanziare voci già previste a carico del bilancio di Ateneo (borse di studio, assegni di ricerca, finanziamenti per visiting professor, borse di dottorato, ed altro) dovranno essere preventivamente sottoposte all'approvazione del Consiglio di Amministrazione, che determinerà di volta in volta, la durata della campagna di raccolta fondi.
3. I progetti o le iniziative sono proposti al Rettore dai membri della comunità accademica o da qualsiasi Struttura dell'Università che ne garantiscono l'autorevolezza scientifica.
4. Il donatore può scegliere di finanziare, con importi di qualunque entità, uno o più progetti/iniziativa effettuando un versamento secondo le modalità operative dettagliatamente descritte sul sito web istituzionale ove saranno, altresì, resi disponibili e costantemente aggiornati i dati relativi allo stato della raccolta fondi, l'elenco dei finanziatori (nel rispetto della vigente normativa sul trattamento dei dati personali), nonché le agevolazioni fiscali previste dalla vigente normativa per le erogazioni liberali.
5. Alla scadenza, il flusso di donazioni verrà messo a disposizione del responsabile del progetto, se trattasi di progetto di ricerca, ovvero introitato al Bilancio di Ateneo e l'iniziativa continuerà ad essere visibile in apposita sezione dedicata del sito istituzionale.



Art. 10 - Modalità di mecenatismo culturale

1. Il mecenatismo culturale consiste in un contributo quale erogazione liberale in denaro, donazione di beni mobili o immobili, attribuzione di diritti d'uso diversi, senza che a tale impegno corrisponda l'obbligo di una prestazione corrispettiva. Il mecenatismo consente al mecenate di dedurre fiscalmente erogazioni liberali fatte a favore dell'Ateneo, ed è ammesso solo per lo svolgimento di compiti istituzionali e per la realizzazione di programmi culturali nei settori dei beni culturali e dello spettacolo.
2. Il D.L. 31 maggio 2014, n. 83, convertito con modificazioni nella Legge 29 luglio 2014, n. 106, ha introdotto un credito di imposta per favorire le erogazioni liberali a sostegno della cultura e dello spettacolo, quale sostegno del mecenatismo a favore del patrimonio culturale ("Art - Bonus"). L'"Art - Bonus" si distingue dal mecenatismo culturale per le diverse finalità di cui alla citata normativa. Le attività e le tipologie di soggetti che possono beneficiare di queste assegnazioni sono previste dall'art. 1 della Legge n. 106/2014. La Legge di stabilità 2016 (L. 28 dicembre 2015 n. 208, art. 1 comma 318) ha reso permanente l'Art bonus, estendendo a tempo indeterminato il regime fiscale agevolato nella misura del 65%.
3. Le iniziative riguardanti il mecenatismo culturale (compreso l'art-bonus) possono essere proposte da qualsiasi Struttura dell'Università.
4. Possono beneficiare del credito d'imposta:
 - a) le persone fisiche e gli enti non commerciali nei limiti del 15% del reddito imponibile (fruiscono del beneficio tramite dichiarazione dei redditi relativa all'anno in cui è stata effettuata l'erogazione liberale);
 - b) i soggetti titolari di reddito d'impresa nei limiti del 5 per mille dei ricavi annui (fruiscono del beneficio in compensazione, a scomputo dei versamenti dovuti, da effettuarsi con il modello di pagamento F/24 - codice tributo 6842).
5. Ai fini della valorizzazione, riqualificazione e potenziamento del patrimonio artistico e culturale dell'Università, sarà possibile sostenere un progetto con le donazioni provenienti dai soggetti beneficiari del suddetto credito d'imposta, a condizione che il progetto riguardi:
 - a) interventi di manutenzione, protezione e restauro dei beni culturali;
 - b) musei, siti archeologici, biblioteche e archivi.
6. A seguito dell'approvazione dell'iniziativa da parte del Consiglio di Amministrazione, l'Università procederà a darne adeguata pubblicità sul proprio sito web, indicando i beni verso i quali indirizzare le erogazioni liberali e specificando anche le modalità di versamento.



7. Per poter usufruire della misura agevolativa, le erogazioni liberali devono essere effettuate avvalendosi esclusivamente di uno dei seguenti sistemi di pagamento:
 - banca;
 - ufficio postale;
 - sistemi di pagamento previsti dall'art. 23 del d.lgs. 9 luglio 1997, n. 241, e cioè carte di debito, di credito e prepagate, assegni bancari e circolari.
8. Per fruire del credito d'imposta è sufficiente che il mecenate conservi copia del documento che certifica l'erogazione in denaro con la causale di versamento che identifica oggetto/ente beneficiario.
9. È possibile una forma di riconoscimento morale al mecenate senza che questo rappresenti un obbligo per l'ente beneficiario. In tale ottica è previsto che l'Università possa menzionare nel sito web, previa opportuna liberatoria da parte del mecenate, un pubblico ringraziamento a quest'ultimo (solo citando il nome o la ragione sociale senza far riferimento al marchio, attività, prodotti, ecc...).
10. Ottenute le liberalità, l'Amministrazione deve ottemperare a quanto previsto dal comma 5 dell'art. 1 della legge 106/2014 ovvero:
 - a) pubblicare sul sito istituzionale, in una pagina dedicata ed in modo chiaro e facilmente individuabile, l'ammontare delle erogazioni liberali ricevute, la destinazione e l'utilizzo delle stesse;
 - b) comunicare con scadenza mensile, attraverso il pannello di controllo del portale www.artbonus.gov.it, l'ammontare delle erogazioni ricevute nel mese di riferimento, lo stato di conservazione del bene oggetto dell'erogazione liberale, le informazioni relative alla destinazione e utilizzo dell'erogazione liberale ricevuta, gli interventi di ristrutturazione o riqualificazione eventualmente in atto su di esso, i fondi pubblici assegnati al bene per l'anno in corso, l'ente responsabile del bene, nonché le informazioni relative alla fruizione.

SEZIONE III – DISPOSIZIONI GENERALI E FINALI

Art. 11 - Aspetti fiscali delle tipologie di finanziamento diverse dalla sponsorizzazione

1. Le singole iniziative potranno essere soggette a IVA in base alla natura dell'attività e nel rispetto delle norme vigenti in materia.



Art. 12 - Economie di spesa

1. Qualora a seguito della conclusione delle iniziative finanziate da sponsorizzazioni, accordi di collaborazione o da altri istituti disciplinati nel presente regolamento, si verificassero economie di spesa, quest'ultime, se non disposto diversamente all'interno dei singoli contratti, potranno essere destinate al finanziamento di altre iniziative, che rispondono alle medesime finalità di cui all'art. 1.
2. In presenza di economie di spesa derivanti da sponsorizzazioni e donazioni, che si sostanziano in dazione di denaro a favore dei Dipartimenti, Scuole e Centri, una quota, in misura del 10% dell'ammontare dell'economia, dovrà essere destinata a favore del bilancio di Ateneo a copertura forfettaria delle spese generali.

Art. 13 - Norme di rinvio

1. Per quanto non previsto nel presente Regolamento si rinvia alla normativa vigente in materia, nonché alle disposizioni dello Statuto e dei Regolamenti d'Ateneo.
2. Le soglie economiche indicate nel presente Regolamento, relativamente ai Contratti di sponsorizzazione e alla disciplina richiamata dal Codice degli Appalti, si adeguano contestualmente all'evoluzione della normativa in materia.

Art. 14 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento è emanato con decreto del Rettore e pubblicato all'Albo di Ateneo nonché sul sito web istituzionale.