

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI
E DELLE ALTRE FORME DI FINANZIAMENTO ESTERNO**
(emanato con d.r. n. 582 del 3 novembre 2025)

**TITOLO I
DISPOSIZIONI GENERALI**

**Art. 1
Oggetto**

1. Il presente regolamento disciplina i criteri, le condizioni e le procedure da adottare per la stipula dei contratti di sponsorizzazione¹ o per altre fattispecie negoziali finalizzate a potenziare l'accesso a forme di finanziamento esterno, nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

**Art. 2
Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:

- a) *contratto di sponsorizzazione*: il contratto atipico mediante il quale l'Università, che assume il ruolo di *sponsee*, ossia di soggetto sponsorizzato, può ottenere da un soggetto terzo, che diviene *sponsor*, un contributo finanziario ovvero la realizzazione di un'attività, a cura e spese dello *sponsor*, in cambio di prestazioni di carattere promozionale, consistenti nella divulgazione dei segni distintivi dello *sponsor* in relazione a un determinato evento, manifestazione, progetto o attività dello *sponsee*;
- b) *sponsor*: il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Università;
- c) *sponsee*: l'Università, beneficiaria del corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) *crowdfunding*: campagna di raccolta fondi, da avviare attraverso piattaforme esterne, finalizzata a sostenere la realizzazione o il potenziamento di specifici progetti, funzionali al perseguimento delle finalità istituzionali dell'Università;
- e) *donazione*: erogazione in favore dell'Università da parte di un soggetto terzo, sorretta da spirito di liberalità e finalizzata a sostenere iniziative istituzionali, programmi culturali, festival, progetti di ricerca, attività di disseminazione della ricerca, progetti didattici, senza che a tale impegno corrisponda l'obbligo di una prestazione corrispettiva a carico dell'Università.

¹ articolo 43 commi 1 e 2 della legge 27 dicembre 1997 n. 449; articolo 134 comma 4 del decreto legislativo 31 marzo 2023 n. 36 ('Codice dei contratti pubblici').

TITOLO II

SPONSORIZZAZIONI

Art. 3

Tipologie di sponsorizzazioni

1. In base alla prestazione effettuata dallo *sponsor* sono individuabili le seguenti tipologie di sponsorizzazioni:
 - a) sponsorizzazione pura o di mero finanziamento, mediante la quale lo *sponsor* si obbliga a finanziare l'Università con un contributo in denaro, ovvero tramite accolto di obbligazioni;
 - b) sponsorizzazione tecnica, mediante la quale lo *sponsor* si obbliga a progettare e realizzare direttamente, a propria cura e spese, nei limiti di quanto disciplinato nell'articolo 8, uno specifico intervento; la prestazione resa dallo *sponsor* può consistere nell'esecuzione di lavori, nell'erogazione di servizi e forniture strumentali agli stessi lavori, nell'erogazione di servizi o forniture quali prestazioni principali o autonome;
 - c) sponsorizzazione mista, che partecipa dei caratteri di entrambe le forme di sponsorizzazione di cui alle precedenti lettere a) e b).

Art. 4

Condizioni di ammissibilità

1. L'Università può ricorrere al contratto di sponsorizzazione in presenza delle seguenti condizioni²:
 - a) il perseguitamento dell'interesse pubblico e la conformità della sponsorizzazione alle finalità istituzionali dell'Università;
 - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica dell'Università e l'attività privata dello *sponsor*;
 - c) il conseguimento di risparmi di spesa o di nuove entrate;
 - d) l'assenza di controversie in atto, di natura legale o giudiziaria, tra l'Università e lo *sponsor*.
2. L'Università, pur sussistendo le condizioni indicate al comma precedente, si riserva la possibilità di non aderire a offerte di sponsorizzazione:
 - a) qualora ravvisi nella divulgazione pubblicitaria dei segni distintivi dello *sponsor* un possibile pregiudizio alla propria immagine istituzionale e alle proprie iniziative;
 - b) per motivi di opportunità o altre ragioni rimesse al proprio apprezzamento discrezionale.
3. È esclusa in ogni caso l'adesione dell'Università a offerte di sponsorizzazione relative o comunque collegate a:
 - a) pubblicità diretta o connessa alla produzione o alla distribuzione di prodotti lesivi dell'ambiente o della salute o comunque non consoni ai luoghi di svolgimento dell'attività istituzionale;
 - b) propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - c) messaggi offensivi o lesivi della dignità delle persone.

² articolo 43 comma 2 della legge 27 dicembre 1997 n. 449.

Art. 5
Ricerca dello sponsor

1. L'Università può ottenere sponsorizzazioni da parte di uno o più soggetti privati, persone fisiche o giuridiche anche in forma di impresa, enti del terzo settore, fondazioni, associazioni o altri enti o istituti, tramite:
 - a) offerte ricevute per iniziativa dei soggetti interessati;
 - b) avviso pubblicato nel sito web istituzionale.
2. L'Università può inoltre, ove ritenuto maggiormente conveniente dal punto di vista organizzativo e funzionale, affidare a seguito di apposita procedura di selezione l'incarico volto al reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 6
Procedimento di approvazione dei contratti di sponsorizzazione

1. La stipulazione di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a euro 40.000,00, da concludersi mediante dazione di denaro o accolto del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, avviene in conformità a quanto previsto dalla normativa nazionale vigente in materia³.
2. Il procedimento di cui al comma precedente trova applicazione anche per la conclusione di contratti di sponsorizzazione di importo superiore a euro 40.000,00 aventi contenuto differente da quello ivi indicato.
3. Nelle ipotesi di sponsorizzazioni di importo pari o inferiore a euro 40.000,00 il contratto è stipulato all'esito di una negoziazione libera, informale e individuale con lo *sponsor* offerente; in tali casi la struttura preposta al coordinamento e alla gestione delle attività di sponsorizzazione, con particolare riferimento alle sponsorizzazioni tecniche, sentita la Rettrice o il Rettore relaziona in merito alla sostenibilità della sponsorizzazione offerta verificando altresì il possesso, in capo allo *sponsor*, dei requisiti necessari all'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto.
4. All'esito dell'attività istruttoria di cui al comma precedente la struttura ivi indicata trasmette la proposta pervenuta, unitamente alla propria relazione, all'organo competente per l'approvazione.

Art. 7
Contratto di sponsorizzazione

1. Successivamente alla conclusione del procedimento di approvazione disciplinato dall'articolo 6 è stipulato tra le parti contratto di sponsorizzazione, sottoscritto per l'Università dalla Rettrice o dal Rettore.

³ articolo 134 comma 4 del decreto legislativo 31 marzo 2023 n. 36 ('Codice dei contratti pubblici').

2. Nelle ipotesi di contratto di sponsorizzazione avente valore inferiore a euro 10.000,00 è possibile procedere mediante scambio di corrispondenza, secondo l'uso del commercio.

3. Il contratto di sponsorizzazione, concluso ai sensi dei commi precedenti, contiene, in ogni caso, i seguenti elementi:

- a) oggetto e finalità della sponsorizzazione;
- b) indicazione delle obbligazioni assunte dallo *sponsor* e dall'Università;
- c) descrizione delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- d) durata del rapporto;
- e) corrispettivo, con indicazione dei termini e delle modalità di pagamento;
- f) possibilità di recesso unilaterale in favore dell'Università;
- g) eventuali garanzie richieste.

Art. 8

Disposizione particolare per le sponsorizzazioni tecniche

1. Nelle ipotesi di sponsorizzazioni tecniche nelle quali lo *sponsor* assume l'obbligazione di eseguire lavori ovvero di erogare servizi o forniture in favore dell'Università, quest'ultima, per il tramite degli uffici preposti, impartisce le necessarie direttive e indicazioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere e alla direzione dei lavori⁴.

Art. 9

Profili fiscali

1. Ai sensi della normativa nazionale vigente in materia⁵ il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è rilevante ai fini IVA ed è fatturato dall'Università allo *sponsor*.

2. Nelle ipotesi di sponsorizzazioni tecniche anche lo *sponsor* è tenuto a emettere fattura all'Università, con applicazione dell'aliquota prevista dalle disposizioni di riferimento.

TITOLO III

CROWDFUNDING

Art. 10

Finalità

1. L'Università può avvalersi dell'istituto del *crowdfunding* avviando, attraverso piattaforme esterne, campagne di raccolta di fondi al fine di sostenere la realizzazione o il potenziamento di specifici progetti, funzionali al perseguitamento delle proprie finalità istituzionali.

⁴ articolo 134 comma 4 del decreto legislativo 31 marzo 2023 n. 36 ('Codice dei contratti pubblici').

⁵ articolo 4 comma 5 lettera *i*) del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972 n. 633 ('Istituzione e disciplina dell'imposta sul valore aggiunto').

Art. 11

Commissione per le strategie di *crowdfunding*

1. È istituita con decreto della Rettrice o del Rettore un'apposita Commissione, denominata Commissione per le strategie di *crowdfunding*, il mandato dei cui componenti ha durata di tre anni.
2. La Commissione è composta da tre membri, dei quali due appartenenti ai ruoli del personale docente e ricercatore e uno appartenente ai ruoli del personale tecnico, amministrativo e bibliotecario.
3. La Rettrice o il Rettore e la Direttrice generale o il Direttore generale intervengono alle sedute della Commissione su richiesta della Presidente o del Presidente.
4. La Commissione svolge i seguenti compiti:
 - a) propone annualmente per l'approvazione del Consiglio di amministrazione, previo parere del Senato accademico, le aree tematiche in relazione alle quali attivare le campagne di *crowdfunding*;
 - b) monitora l'andamento delle campagne di raccolta dei fondi e lo stato di attuazione dei progetti approvati;
 - c) predisponde una relazione a consuntivo con riferimento alle iniziative avviate, che la Rettrice o il Rettore illustra al Consiglio di amministrazione.

Art. 12

Procedimento di avvio delle iniziative di *crowdfunding* e di raccolta dei fondi

1. Nell'ambito delle aree tematiche individuate ai sensi dell'articolo 11 comma 4 lettera a), il Consiglio di amministrazione approva le singole iniziative, volte alla realizzazione o al potenziamento di specifici progetti; in particolare il Consiglio di amministrazione determina la durata della campagna di raccolta dei fondi, stabilisce i criteri, le modalità e i termini d'impiego degli stessi e individua la responsabile o il responsabile del progetto.
2. La raccolta dei fondi relativa ai progetti approvati ai sensi del comma precedente è attivata e avviene unicamente per via telematica, per il tramite del gestore della piattaforma di *crowdfunding* prescelto dall'Università.
3. I fondi raccolti sono resi disponibili all'Università, da parte del gestore della piattaforma, alla scadenza del termine di durata della campagna di raccolta determinato ai sensi del comma 1; i fondi raccolti tramite la campagna sono trattenuti dal gestore e versati all'Università indipendentemente dal fatto che gli obiettivi finanziari prefissati siano stati o meno raggiunti, in conformità al modello *Keep-it-all*.

Art. 13

Gestione del finanziamento e rendicontazione

1. Successivamente al versamento ad opera del gestore della piattaforma, l'Università pone a disposizione della responsabile o del responsabile del progetto i fondi raccolti, previa sottoscrizione di un atto d'impegno con il quale la responsabile o il responsabile del progetto si vincola a impiegare i

fondi stessi nel pieno rispetto dei criteri, delle modalità e dei termini stabiliti dal Consiglio di amministrazione ai sensi dell'articolo 12 comma 1, nonché a effettuare la necessaria rendicontazione al termine del progetto in ordine all'utilizzo delle risorse ricevute.

2. La responsabile o il responsabile del progetto aggiorna le donatrici o i donatori, anche attraverso lo strumento di comunicazione di cui al successivo articolo 14, in merito allo svolgimento delle attività progettuali, all'impiego dei fondi raccolti e al grado di raggiungimento degli obiettivi prefissati.
3. Nella gestione dei fondi la responsabile o il responsabile del progetto è coadiuvato dagli uffici della struttura preposta alle attività di coordinamento del *crowdfunding*.

Art. 14
Pubblicità

1. Le informazioni e i dati relativi alle iniziative di *crowdfunding* e all'impiego dei fondi raccolti sono pubblicati in apposita sezione del sito web istituzionale dell'Università.

TITOLO IV
DONAZIONI

Art. 15
Donazione

1. La donazione⁶ consiste in un'erogazione liberale, in denaro o in altri beni, di qualsiasi natura, da parte di un soggetto terzo e in favore dell'Università, destinata a sostenere iniziative istituzionali, programmi culturali, festival, progetti di ricerca, attività di disseminazione della ricerca, progetti didattici, senza che a tale impegno corrisponda l'obbligo di una prestazione corrispettiva a carico dell'Università.
2. La donazione è preceduta da una lettera d'intenti della donante o del donante, indirizzata alla Rettrice o al Rettore, contenente:
 - a) le generalità della donante o del donante;
 - b) la volontà di donare, indicando eventualmente la finalità specifica della donazione⁷;
 - c) l'oggetto della donazione e il relativo valore.

Art. 16
Albo dei mecenati

1. L'Università donataria, senza che questo configuri un obbligo a proprio carico, predisponde forme di riconoscimento morale alla donante o al donante, che non determinino un ritorno di immagine tale da assumere carattere di sponsorizzazione.

⁶ articoli 769 e seguenti c.c.

⁷ articolo 793 c.c.

2. Ai fini di cui al comma precedente è istituito nel sito web istituzionale dell'Università un Albo dei mecenati, nel quale menzionare e ringraziare pubblicamente, previo assenso delle interessate o degli interessati, i nominativi di coloro che hanno effettuato donazioni in favore dell'Università.

TITOLO V
DISPOSIZIONI FINALI

Art. 17
Disposizione di rinvio ed entrata in vigore

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente regolamento è fatto rinvio alle disposizioni della normativa nazionale e della normativa interna dell'Università.
2. Il presente regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua pubblicazione nel sito web istituzionale dell'Università