



Fondazione
Fiera
Milano

Manuale delle procedure

PG -SPONS Procedura per le sponsorizzazioni e le erogazioni liberali

- 1. Scopo della procedura**
- 2. Definizioni**
- 3. Ambito di applicazione della procedura**
- 4. Modalità operative di gestione dell'attività di sponsorizzazione**
- 5. Modalità operative di gestione delle erogazioni liberali**
- 6. Archiviazione**
- 7. Estratto procedura Albo Fornitori**

1. Scopo della procedura

Scopo della procedura è regolamentare il processo di gestione delle sponsorizzazioni e delle erogazioni liberali di Fondazione Fiera Milano in favore di soggetti terzi, coerentemente con gli indirizzi strategici delineati.

2. Definizioni

Si definisce sponsorizzazione (*cause-related*) ogni corrispettivo per sostenere finanziariamente un evento, un'attività o un'organizzazione, in cambio dell'esposizione mediatica della ragione sociale/logo istituzionale/marchio di Fondazione Fiera Milano in specifici spazi pubblicitari e/o differenti supporti di comunicazione. Non sono, pertanto, assimilati alle sponsorizzazioni i singoli contributi a titolo di liberalità, concessi senza l'accordo contrattuale di esposizione del logo istituzionale di Fondazione.

Per erogazioni liberali si intende l'elargizione di somme, beni e/o servizi a favore di soggetti beneficiari allo scopo di contribuire alla realizzazione di progettualità ritenute meritevoli dal punto di vista dello sviluppo sociale, culturale, economico e ambientale coerenti con l'oggetto sociale, i valori e i principi di Fondazione.

3. Ambito di applicazione della procedura

Sponsorizzazioni e liberalità devono essere destinate a enti/associazioni/fondazioni che offrano garanzie di qualità e serietà, previa definizione di appositi accordi e verifica dell'onorabilità del soggetto beneficiario, evitando di elargire sponsorizzazioni ed erogazioni liberali/donazioni a controparti di cui sia anche solo sospettata la contiguità ad organizzazioni criminali o che siano sottoposte a procedimenti volti all'accertamento di profili di responsabilità ex D.lgs. 231/01.

Nella gestione del presente processo, Fondazione è tenuta a prestare particolare attenzione a possibili situazioni di conflitto di interessi personali o aziendali, nel pieno rispetto delle regole di seguito indicate.

Sono esclusi dalle attività di sponsorizzazione e di erogazione liberale di FFM i seguenti soggetti:

- gli enti e le organizzazioni non formalmente costituiti con atto regolarmente registrato;
- i partiti e le organizzazioni politiche;
- le organizzazioni sindacali o di patronato;
- i soggetti che svolgono propaganda politica direttamente o indirettamente per influenzare il procedimento legislativo e le campagne elettorali;
- i soggetti che mirano a limitare la libertà e la dignità dei cittadini o a promuovere ogni forma di discriminazione;
- le persone fisiche;
- i soggetti in conflitto di interesse con l'attività di FFM o con i membri degli organi statuari di FFM.

Nel caso di progetti coerenti con gli obiettivi statuari di Fondazione, le proposte provenienti da soggetti - in vario modo interrelati con gli organi statuari di Fondazione - verranno sottoposte alla valutazione del Comitato S&L che approverà solo se con parere unanime; i progetti approvati dal Comitato S&L verranno ulteriormente valutati dal Comitato Esecutivo e confermati solo se all'unanimità.

L'eventuale delibera assunta dal Comitato Esecutivo sarà successivamente inoltrata per conoscenza all'Odv.

Le richieste di sponsorizzazione e di liberalità a favore di enti pubblici e di enti aventi all'interno della loro organizzazione o del loro assetto societario soggetti collegati alla Pubblica Amministrazione, devono essere valutate e approvate dal Comitato Esecutivo e tempestivamente comunicate all'OdV.

In considerazione delle proprie finalità statutarie, FFM indirizza prioritariamente il proprio intervento di sponsorizzazione a favore di iniziative che abbiano obiettivi riconducibili alla promozione dell'interscambio culturale, scientifico, formativo, sociale e fieristico nel territorio lombardo, con particolare riferimento all'area metropolitana milanese, e a livello nazionale ed internazionale. Ogni attività di sponsorizzazione deve essere coerente con l'Art.1 dello Statuto della Fondazione, al fine di valorizzare e consolidare l'immagine e la notorietà di FFM.

Nella gestione delle attività di sponsorizzazione potranno essere attivate specifiche collaborazioni anche con altre fondazioni.

Con riferimento all'attività di gestione delle erogazioni liberali, queste sono previste, a titolo esemplificativo e non esaustivo, in favore di iniziative di sviluppo economico, sociale, culturale e scientifico, di riqualificazione del territorio, attraverso erogazioni di liberalità quali previste in attuazione del principio di sussidiarietà, come da comma 4 dell'Art.1 dello Statuto di Fondazione.

In generale, le iniziative di sponsorizzazione e di erogazione liberale dovranno essere tali da non configurare comportamenti che evidenzino la finalità di acquisire o concedere indebiti vantaggi ovvero tali da creare presupposti o fattori di illegalità o immoralità o tali da compromettere l'integrità o la reputazione di una delle parti e influenzare l'autonomia di giudizio del beneficiario.

4. Modalità operative di gestione dell'attività di sponsorizzazione

Il massimale/plafond per le proposte di sponsorizzazione deve essere specificamente previsto nel budget dell'Area Comunicazione e Relazioni Esterne e Istituzionali (REI), nell'ambito degli obiettivi fissati nella Relazione Previsionale e Programmatica triennale di riferimento per l'esercizio di erogazione. Infatti, l'ammontare complessivo delle sponsorizzazioni è determinato dal Comitato Esecutivo in sede di redazione del budget, in considerazione del quadro complessivo delle disponibilità di Fondazione Fiera Milano.

Le richieste di intervento prese in considerazione riguardano:

- sponsorizzazioni, in qualità di principale Partner, di eventi e di progetti di elevato prestigio culturale, artistico e sociale;
- sponsorizzazioni a organizzazioni attive nello sviluppo della ricerca scientifica, nel sostegno e nell'assistenza al tessuto sociale ed al contesto ambientale.

In dettaglio, sono stati definiti i seguenti ambiti di intervento per le sponsorizzazioni ed erogazioni liberali:

- Culturale;
- Formativo;
- Medico-scientifico;
- Sociale;
- Sportivo

In particolare, sia per i progetti più complessi nei vari settori di intervento, sia più specificamente per quelli di natura medico-scientifico, il Comitato intende avvalersi della consulenza di soggetti qualificati nelle specifiche materie per la migliore istruttoria di selezione dei progetti.

Il soggetto o l'Area aziendale di Fondazione che riceve una richiesta di sponsorizzazione da terzi provvede a informare il Presidente e il Direttore Generale. La Direzione generale sottopone le proposte pervenute all'attenzione dell'organismo interno definito Comitato Sponsorizzazioni ed Erogazioni Liberali (di seguito COSEL).

Il COSEL è composto da Presidente, Direttore Generale, Responsabile Area Governance e Comunicazione, Responsabile Area Studi e Ricerche, Responsabile Area Amministrazione Finanza e Controllo (AFC), Responsabile Area Legale e Responsabile Area Tecnica. Le proposte sono approvate a maggioranza semplice dei presenti (qualunque sia il loro numero); di ogni seduta del COSEL è redatto apposito verbale.

Le proposte approvate sono affidate all'Area Comunicazione-REI che provvede alla loro istruttoria coordinandosi con il Responsabile dell'Area Legale e Societario e dell'Area AFC secondo le rispettive competenze.

Preliminarmente la stipula del contratto di sponsorizzazione, l'Area Comunicazione-REI informa l'Area Legale e Societario che svolge le verifiche sul soggetto destinatario in conformità alla procedura albo fornitori (PA – AF).

La decisione in merito alla selezione delle sponsorizzazioni sarà assunta nel tempo massimo di 60 giorni lavorativi di calendario a decorrere dalla data di approvazione da parte del COSEL.

Per essere ammessi alla valutazione, i progetti devono soddisfare i seguenti requisiti:

- essere accompagnati da tutti i documenti che attestano le motivazioni della sponsorizzazione e dalla loro conformità ai criteri previsti dall'Ambito di applicazione della presente procedura;
- le richieste devono essere presentate almeno 90 giorni prima dell'inizio dell'evento e/o progetto da sponsorizzare;
- essere coerenti con le finalità perseguite da FFM;
- escludere la realizzazione d'interventi generici non finalizzati;
- prevedere il co-finanziamento da parte del proponente in misura pari almeno al 70% dell'impegno di spesa complessivo.

L'ammissibilità delle richieste alla fase di valutazione va, inoltre, verificata alla luce delle seguenti condizioni:

- nel corso dell'anno solare, non può essere concesso da parte di FFM più di un finanziamento per la stessa iniziativa;
- nel corso dell'anno solare non può essere concesso da parte di FFM più di un finanziamento allo stesso soggetto;
- non possono essere concesse sponsorizzazioni qualora il proponente non abbia ancora prodotto adeguato rapporto delle attività svolte in relazione a precedenti erogazioni di FFM.

Ad integrazione di quanto riportato nel precedente paragrafo, ove la sponsorizzazione riguardasse progetti di ricerca (ad esempio in campo fisico e/o medico-scientifico), questa potrà prevedere un impegno non superiore a tre anni e potranno essere previsti progetti di co-finanziamento.

Il beneficiario dell'intervento di Fondazione si impegna negli atti a fare menzione del sostegno di Fondazione.

L'Area Comunicazione-REI provvede a prendere contatti con il soggetto terzo sponsorizzato per coordinare le attività necessarie alla promozione del progetto, e per verificare preventivamente la corretta visibilità di FFM, del proprio logo e della propria esposizione mediatica.

L'Area Comunicazione-REI redige ed invia con cadenza semestrale al Comitato Esecutivo un prospetto di tutte le proposte ricevute, di quelle ammesse al finanziamento e di quelle non ammesse, nonché degli esiti dei progetti finanziati.

Il prospetto dei progetti ammessi e dei loro esiti viene pubblicato anche nel sito di Fondazione.

L'Area Comunicazione-REI redige ed invia semestralmente all'Organismo di Vigilanza, tramite l'Ufficio legale, un report riepilogativo delle sponsorizzazioni accordate da Fondazione nel corso dell'esercizio con indicazione dei seguenti elementi:

- ente richiedente/beneficiario della sponsorizzazione;
- soggetto interlocutore dell'ente richiedente/beneficiario con indicazione dell'eventuale appartenenza ad enti della PA;
- natura/tipologia dell'iniziativa relativa alla sponsorizzazione;
- finalità/motivazione;
- importo/valore complessivamente erogato;
- data dell'iniziativa;
- data dell'erogazione della sponsorizzazione;
- eventuale soggetto promotore dell'iniziativa;
- verifica, anche provvisoria, della corretta destinazione e del rispetto del contratto da parte del beneficiario.

Il corrispettivo della sponsorizzazione viene erogato attraverso il versamento al soggetto sponsorizzato delle somme, tutte o in parte, necessarie per la realizzazione dell'evento oggetto della sponsorizzazione, che potrà avere luogo solo a seguito della sottoscrizione di uno specifico contratto.

Il soggetto sponsorizzato, una volta incassato il corrispettivo rilascerà fatture o ricevute fiscali secondo le modalità definite nel contratto di sponsorizzazione. In particolare, a completamento dell'iniziativa sponsorizzata, il soggetto beneficiario trasmette all'Area Comunicazione-REI di Fondazione, per gli opportuni controlli, un

resoconto dettagliato, scritto e documentato sull'effettiva corretta destinazione di quanto ricevuto con indicazione degli importi utilizzati e delle iniziative intraprese.

Se il soggetto sponsorizzato non trasmetterà tempestivamente all'Area Comunicazione tale documentazione, quest'ultima farà immediata segnalazione al COSEL e all'OdV.

L'Area Comunicazione-REI provvederà a:

- acquisire e conservare adeguata documentazione volta a comprovare l'effettiva attuazione della sponsorizzazione nei termini concordati;
- verificare la corrispondenza della sponsorizzazione in base agli accordi presi;
- ottenere, ove possibile, un report di feedback quali - quantitativo sull'esito della sponsorizzazione.

Se l'Area Comunicazione-REI riscontrerà la mancata corrispondenza tra la sponsorizzazione in concreto realizzata e quella stabilita dagli accordi presi con il soggetto sponsorizzato, quest'ultima farà immediata segnalazione al COSEL e all'OdV.

L'Amministrazione provvede al pagamento delle fatture, in conformità alla procedura Acquisti.

Inoltre, entro la scadenza annuale e durante il periodo di formazione del budget, il COSEL si riunisce per analizzare l'attività svolta nell'anno di riferimento e assumere le relative decisioni di pianificazione per l'anno successivo.

5. Modalità operative di gestione delle erogazioni liberali

FFM concede contributi ad iniziative di terzi, selezionate in base alla loro affinità e coerenza con gli obiettivi fissati dalla RPP - Relazione Previsionale e Programmatica triennale vigente.

I principali strumenti operativi sono:

- patrocinio, oneroso o gratuito, a favore di eventi e manifestazioni culturali e formative;
- cofinanziamento di progetti o attività con finalità continuative.

Il soggetto di Fondazione che riceve una richiesta di erogazione liberale da terzi provvede a informare il Presidente e il Direttore Generale. La Direzione generale sottopone le proposte pervenute all'attenzione del COSEL.

Le proposte pervenute vengono valutate periodicamente dal COSEL. Le proposte approvate sono affidate all'Area Comunicazione-REI che provvede alla loro istruttoria coordinandosi con il Responsabile dell'Area Legale e dell'Area AFC secondo le rispettive competenze. Preliminarmente la formalizzazione dell'accordo, l'Area Comunicazione informa l'Area Legale e Societario che svolge le verifiche sul soggetto destinatario in conformità alla procedura albo fornitori (PA – AF).

Il massimale/plafond per le erogazioni liberali deve essere specificamente previsto nel budget delle attività di Relazioni Istituzionali, nell'ambito degli obiettivi fissati nella Relazione Previsionale e Programmatica triennale di riferimento per l'esercizio di erogazione. L'ammontare complessivo delle erogazioni liberali è determinato, infatti, dal Comitato Esecutivo in sede di approvazione del budget, in considerazione del quadro complessivo delle disponibilità di Fondazione Fiera Milano.

L'Area Comunicazione-REI, con il supporto dei soggetti di Fondazione competenti, provvederà a:

- acquisire e conservare adeguata documentazione volta a comprovare l'effettiva attuazione dell'erogazione nei termini concordati.
- monitorare e misurare le iniziative sulla base dei seguenti criteri: trasparenza di modi e tempi di erogazione dei contributi concessi; analisi dell'avanzamento dei progetti sostenuti; analisi dei risultati raggiunti; rispetto della normativa sulla privacy.

Le richieste di intervento prese in considerazione riguardano:

- cofinanziamento di eventi e di progetti di elevato prestigio culturale e sociale;
- adesione ad associazioni, fondazioni ed enti culturali di chiara fama ed elevato prestigio;
- contributo a organizzazioni attive nello sviluppo della ricerca scientifica, del sostegno e dell'assistenza al tessuto sociale ed al contesto ambientale.

Per essere ammessi alla valutazione, i progetti devono soddisfare i seguenti requisiti:

- essere accompagnati da tutti i documenti che attestano le motivazioni dell'erogazione liberale e della conformità ai criteri previsti dall'Ambito di applicazione della presente procedura;
- essere coerenti con le finalità perseguite da FFM;
- escludere che il contributo sia destinato alla copertura dei debiti pregressi;
- escludere la realizzazione d'interventi generici non finalizzati;

L'ammissibilità delle richieste alla fase di valutazione va, inoltre, verificata alla luce delle seguenti condizioni:

- nel corso dell'anno solare, non può essere concesso da parte di FFM più di una erogazione liberale per la stessa iniziativa;
- nel corso dell'anno solare non può essere concesso da parte di FFM più di una erogazione liberale allo stesso soggetto;
- non possono essere concesse erogazioni liberali qualora il proponente non abbia ancora rendicontato le attività svolte grazie a precedenti erogazioni di FFM.

Il beneficiario dell'intervento di Fondazione si impegna negli atti a fare menzione del sostegno di Fondazione. Il soggetto beneficiario trasmette inoltre all'Area Comunicazione-REI di Fondazione un resoconto scritto sull'effettiva corretta destinazione di quanto ricevuto, entro i successivi 30 giorni lavorativi.

Nel caso in cui il soggetto beneficiario non dovesse rilasciare la menzionata documentazione o le iniziative assunte dovessero dimostrarsi incoerenti ai menzionati criteri, l'Area Comunicazione-REI ne darà immediato avviso al Presidente, al Direttore Generale, al Comitato Sponsorizzazioni ed Erogazioni Liberali e all'Organismo di Vigilanza.

Infine, l'Area Comunicazione-REI provvederà ad acquisire e conservare adeguata documentazione volta a comprovare l'effettiva attuazione dell'erogazione liberale nei termini concordati.

L'Area Comunicazione-REI redige ed invia con cadenza semestrale al Comitato Esecutivo un prospetto di tutte le proposte ricevute, di quelle ammesse al finanziamento e di quelle non ammesse, nonché degli esiti dei progetti finanziati.

Il prospetto dei progetti ammessi e dei loro esiti viene pubblicato anche nel sito di Fondazione.

L'Area Comunicazione-REI redige ed invia entro la scadenza annuale all'Organismo di Vigilanza un report riepilogativo delle erogazioni liberali accordate da Fondazione nel corso dell'esercizio con indicazione dei seguenti elementi:

- ente richiedente/beneficiario dell'erogazione liberale;
- soggetto interlocutore dell'ente richiedente/beneficiario con indicazione dell'eventuale appartenenza ad enti della PA;
- natura/tipologia dell'iniziativa relativa all'erogazione liberale;
- finalità/motivazione;
- importo/valore complessivamente erogato;
- data dell'iniziativa;
- data dell'erogazione liberale;
- eventuale soggetto promotore dell'iniziativa.

6. Archiviazione

Tutta la documentazione relativa alle attività descritte nella presente procedura deve essere conservata a cura dell'Area Comunicazione-REI per un periodo di dieci anni od altro termine eventualmente indicato in funzione di specifiche disposizioni normative.

7. Estratto Albo Fornitori

Per conseguire la qualificazione all'Albo Fornitori di Fondazione Fiera Milano, le imprese e i soggetti interessati devono inviare all'Area Legale e Societario di Fondazione la scheda di aggiornamento Anagrafica fornitori debitamente compilata (Allegato A).

Per ottenere la qualificazione occorre che il fornitore presenti anche la documentazione antimafia che segue:

- copia visura CCIAA aggiornata (con l'indicazione dei soci);

- copia ultimo bilancio;
- Certificato carichi pendenti rilasciato dalla Procura della Repubblica presso il Tribunale competente in ragione del luogo di residenza del soggetto interessato (dei soci, membri Cda e del Collegio dei Revisori e del Direttore Tecnico) – non sono ammesse autodichiarazioni;
- Certificato casellario giudiziale (dei soci, dei membri Cda e del Collegio sindacale e del Direttore Tecnico) – non sono ammesse autodichiarazioni;
- Data eventuale iscrizione white list prefettura;
- Autodichiarazione sostitutiva ex art. 46 d.p.r n. 445 del 2000 sottoscritta dal Legale Rappresentante, sull'assenza di cause ostantive prevista dall'art 67 del decreto leg. 159/2011 e assenza infiltrazioni mafiose ex art. 84 comma 3 decreto 159/2011 rilasciata dai soggetti indicati dall'art. 85 del medesimo decreto legislativo;
- Certificato anagrafe delle sanzioni amministrative dipendenti da reato sia della società, che di eventuali società socie;
- Certificato anagrafe dei carichi pendenti degli illeciti amministrativi dipendenti da reato (art 31 dpr 313/2002) sia della società, che di eventuali società socie.

