

**Protocollo N. 15**  
**Marketing, eventi, sponsorizzazioni e pubblicità**



**Protocollo N.15**  
**Marketing, eventi, sponsorizzazioni e pubblicità**

**Approvato dal Consiglio di Indirizzo**  
**il 26 gennaio 2016**

**Emesso con determinazione del Sovrintendente**  
**n. 57 del 10 febbraio 2016**

# Protocollo N. 15

## Marketing, eventi, sponsorizzazioni e pubblicità

### ***1. Scopo***

Lo scopo del presente protocollo è descrivere le modalità di gestione delle attività relative ad eventi promozionali, sponsorizzazioni ed iniziative pubblicitarie in favore di enti pubblici / privati.

### ***2. Campo di applicazione***

Il presente protocollo si applica a tutto il personale della Fondazione Teatro del Maggio Musicale Fiorentino e si applica a tutte le spese relative ad eventi promozionali, sponsorizzazioni ed iniziative pubblicitarie sostenute in nome e per conto della Fondazione.

### ***3. Riferimenti***

- Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01 della Fondazione (approvato dal Consiglio di Indirizzo in data 26 gennaio 2016);
- Codice Etico (approvato dal Consiglio di Indirizzo in data 26 gennaio 2016);
- D.Lgs. 231/01;

### ***4. Termini e definizioni***

Si riportano le definizioni dei principali termini specifici utilizzati nel presente documento:

- **DRUL:** Direzione Risorse Umane e Legale
- **DA:** Direttore Amministrativo
- **RCM:** Responsabile Comunicazione e Marketing
- **FRM:** Consulente del Sovrintendente per il fund raising e il marketing strategico
- **UCM:** Ufficio Comunicazione e Marketing
- **Modello 231:** Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01 della Fondazione
- **Sponsorizzazioni ed iniziative pubblicitarie:** iniziative volte a promuovere o sostenere finanziariamente un determinato evento e/o progetto con l'obiettivo di valorizzare e diffondere il nome, l'immagine e il marchio della Fondazione
- **Eventi promozionali:** iniziative di carattere musicale, culturale e formativo organizzate dalla Fondazione per il raggiungimento degli scopi sociali previsti nello Statuto
- **Destinatario:** è il beneficiario della sponsorizzazione o della iniziativa pubblicitaria
- **Soggetti apicali:** sono persone che rivestono funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione della Fondazione o di una sua unità dotata di autonomia finanziaria e funzionale, nonché da persone che esercitano, anche di fatto, la gestione o il controllo della Fondazione

### ***5. Procedura***

#### ***5.1 Generalità***

La gestione delle sponsorizzazioni e iniziative pubblicitarie, nonché la gestione e l'organizzazione degli eventi promozionali, avviene previa valutazione di quanto previsto nel Codice Etico della Fondazione e tenendo in considerazione i seguenti elementi:

## **Protocollo N. 15**

### **Marketing, eventi, sponsorizzazioni e pubblicità**

- la natura, l'importanza e la notorietà dell'evento, del progetto o della attività;
- il profilo del Destinatario cui è rivolta l'iniziativa;
- la valenza per l'immagine e la comunicazione, o per le relazioni esterne;
- l'impegno organizzativo ed economico - finanziario.

#### **5.2 Definizione del piano delle iniziative**

Il SOV – sentito il DA e il RCM – provvede alla definizione e pianificazione delle spese in oggetto.

Tali voci di spesa confluiscono, successivamente, nel budget annuale predisposto per il raggiungimento degli scopi della Fondazione.

Dopo l'approvazione del budget, il DA comunica il budget definitivo di spesa per sponsorizzazioni, iniziative pubblicitarie ed organizzazione di eventi alle Direzioni della Fondazione.

#### **5.3 Individuazione iniziativa**

Le iniziative (eventi promozionali, sponsorizzazioni ed iniziative pubblicitarie) possono essere individuate o dal personale della Fondazione o dal FRM.

Per ogni iniziativa (eventi promozionali, sponsorizzazioni ed iniziative pubblicitarie) individuata deve essere predisposta una scheda di dettaglio che indica:

- la tipologia di iniziativa con relativa descrizione;
- il Destinatario dell'iniziativa;
- il luogo e data dell'iniziativa;
- il corrispettivo / contributo pattuito.

Sono ammesse solo iniziative che siano di rilievo specifico per l'attività della Fondazione.

La scheda di dettaglio deve essere validata o dal FRM, se presentata da un dipendente della Fondazione, o dal SOV, se presentata dal FRM.

Prima di procedere all'autorizzazione dell'iniziativa da parte del SOV, è necessario effettuare l'analisi di fattibilità economica che è svolta con il supporto del DA e del FRM e tiene conto di tutti gli oneri prevedibili al di là della pura e semplice iniziativa.

Inoltre il FRM, sulla base delle indicazioni ricevute dal SOV, verifica che il Destinatario sia in possesso dei requisiti richiesti di eccellente reputazione, competenza e onorabilità.

A tal fine deve essere svolta una due diligence con cui si provvede ad accertare che:

- il Destinatario abbia adeguate capacità di realizzazione dell'iniziativa (es. organizzative, finanziarie);
- non vi siano condizioni di incompatibilità o conflitto di interessi, con riguardo ai rapporti di parentela o a relazioni di carattere personale o professionale del Destinatario con Soggetti apicali, dirigenti o dipendenti della Fondazione;
- il Destinatario non abbia subito condanne per reati né sia stato assoggettato a sanzioni da parte delle competenti Autorità nazionali o internazionali;
- il Destinatario non abbia giudizi in corso da parte delle competenti Autorità nazionali o internazionali;
- il Destinatario non abbia la residenza (o sede sociale) in un paese a regime fiscale privilegiato, salvo che si tratti di contratti da stipularsi con soggetti residenti o aventi sede in un Paese a regime fiscale privilegiato coincidente con quello in cui le prestazioni professionali devono essere svolte, comunque nel rispetto della normativa applicabile.

Le suddette informazioni vanno acquisite come autocertificazione del Destinatario ed allegate alla scheda di dettaglio. In ogni caso l'approvazione finale del Destinatario risulta di competenza esclusiva del SOV.

## **Protocollo N. 15**

### **Marketing, eventi, sponsorizzazioni e pubblicità**

Nel caso in cui il Destinatario individuato sia un socio della Fondazione non viene effettuata l'attività di due diligence.

Una volta ottenuta l'autorizzazione all'iniziativa da parte del SOV, il FRM definisce con la controparte il contenuto tecnico dell'accordo di partnership / sponsorship (servizi / contributo in denaro) e provvede ad comunicazione al SOV e al DA.

Concluse le verifiche preliminari, il SOV definisce il corrispettivo per la sponsorizzazione o iniziativa pubblicitaria o evento promozionale, tenendo conto delle prassi vigenti e della tipologia della iniziativa (es. ambito territoriale in cui si svolge, natura e durata dell'attività).

Successivamente, il FRM trasmette alla DRUL il contenuto dell'accordo, incluso del corrispettivo concordato.

La DRUL predispose la bozza del contratto di partnership / sponsorship e lo invia al SOV. Il SOV firma il contratto e la DRUL provvede ad inviare lo stesso alla controparte.

Il contratto sottoscritto viene allegato alla scheda di dettaglio e archiviato dal FRM.

#### ***6. Monitoraggio dei costi***

Il FRM, con la collaborazione del RCM, effettua con periodicità semestrale l'analisi dei costi sostenuti per le tipologie di spesa in esame, informando il SOV circa l'andamento delle spese effettuate dalla Fondazione.

#### ***7. Archiviazione***

Tutta la documentazione prodotta nell'ambito delle attività disciplinate nel presente protocollo, è conservata a cura del RCM ed archiviata sia presso l'UCM che dal FRM .

#### ***8. Sintesi dei controlli interni ai fini del D.Lgs. 231/01***

Le modalità di lavoro descritte integrano le previsioni di cui al par. 3.4 della Parte Generale del Modello 231 della Fondazione e dei protocolli di controllo specifici relativi all'area a rischio "*Marketing, comunicazione commerciale e fund raising*":

- formalizzazione dei contratti di sponsorizzazione in cui sono previste le seguenti informazioni minime:
  - descrizione dell'evento/iniziativa;
  - benefit di cui la Fondazione è destinataria/ammontare del corrispettivo previsto e modalità di pagamento;
  - diritto della Fondazione di risolvere il contratto, interrompere i pagamenti e ricevere il risarcimento dei danni in caso di violazione da parte del promotore degli obblighi, dichiarazioni e garanzie sottoscritte, o in caso di violazione delle leggi applicabili;
- obbligo di dichiarazione del promotore che l'ammontare ricevuto costituisce esclusivamente il corrispettivo per la prestazione prevista nel contratto di sponsorizzazione e che le somme percepite non saranno trasmesse a un Soggetto Pubblico o a un privato a fini corruttivi o trasferite, direttamente o indirettamente, ai componenti degli organi sociali o dipendenti della Fondazione;
- formale approvazione degli eventuali extra-budget richiesti per un'iniziativa.