

DECRETO DEL PRESIDENTE

n. 37 del 4 giugno 2018

Oggetto: Approvazione delle PROCEDURA PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E LE ATTIVITÀ DI CO- MARKETING del Teatro Stabile del Veneto

IL PRESIDENTE

- Considerato che il Teatro Stabile del Veneto “Carlo Goldoni” (di seguito TSV) ha adottato con delibera del Consiglio di Amministrazione n. 15 del 6 maggio 2016 il **Modello di organizzazione, gestione e controllo** (di seguito *Modello 231*) previsto dal decreto legislativo 8 giugno 2001 n. 231 , che ha introdotto nell’ordinamento giuridico italiano la “Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle Società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell’art. 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300.

- Rilevato che il *Modello 231* , elaborato anche a seguito di una attenta e approfondita analisi dello stato e dei processi organizzativi del TSV, rappresenta lo strumento di riferimento per la corretta organizzazione e gestione delle complesse attività del TSV;

- visto il punto 3.5.9 del *Modello 231* , che prevede la definizione di Regolamenti interni i quali vanno a costituire strumenti che TSV utilizza anche al fine di assicurare una corretta amministrazione e il rispetto dei principi alla cui realizzazione sono rivolte le norme introdotte dal Decreto 231/2001 e che gli stessi costituiscono componente integrante del Modello stesso;

- in ossequio alle osservazioni dell’Organismo di Vigilanza (OdV) previsto dal *Modello 231* ;

visto il documento PROCEDURA PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E LE ATTIVITÀ DI CO- MARKETING elaborato dal consulente Federico Ormesani, incaricato del lavoro, con contratto prot. 2018/1978 del 6 dicembre 2017, allegato parte integrante del presente decreto;

- Sentiti il Direttore e il Dirigente Amministrativo,

- Con i poteri riconosciuti dallo statuto (art.10 c.2 lettera e)

DECRETA

1. Di approvare la PROCEDURA PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E LE ATTIVITÀ DI CO- MARKETING nel testo allegato quale parte integrante del presente atto (**allegato1**);
2. Di dare atto che trattasi di documento interno da non pubblicare nel sito ma registrare nell’area riservata ai responsabili d’area;
3. di notificare il presente Decreto al responsabile dell’area Comunicazione e Marketing per la sua corretta attuazione e per portarlo a conoscenza dei collaboratori, nonché al Direttore e al Dirigente Amministrativo e all’OdV 231/2001;
4. di inserire la procedura tra i materiali del Modello organizzativo 231/2001
5. Il presente Decreto viene portato a ratifica del primo Consiglio di Amministrazione Utile.

Padova 4 giugno 2018

Il Presidente



TEATRO STABILE DEL VENETO

CARLO GOLDONI

p.iva e CF 02630880272
teatrostabileveneto@pec.it
www.teatrostabileveneto.it
info@teatrostabileveneto.it
Associazione iscritta
Registro persone giuridiche
Regione Veneto n. 133/2002
CCIAA Venezia n.234657/1993

Teatro Goldoni

Sede Legale
San Marco, 4650/b — 30124 Venezia
tel. +39 041 240201
fax. +39 041 5205241
info.teatrogoldoni@teatrostabileveneto.it

Teatro Verdi

Sede Amministrativa
via dei Livello, 32 — 35139 Padova
tel. +39 049 08777011
fax. +39 049 661053
info.teatroverdi@teatrostabileveneto.it



TEATRO STABILE DEL VENETO
Carlo Goldoni

PROCEDURA PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E LE ATTIVITÀ DI CO- MARKETI

La presente procedura è riservata esclusivamente al personale del Teatro Stabile del Veneto, pertanto, la sua circolazione è strettamente limitata alle *Unità Organizzative*

Data ultimo rilascio	Versione	Verificato da	Emesso da
04/05/2018	1.0	<ul style="list-style-type: none"> • Area Comunicazione e Marketing • Area Amministrativa • Responsabile per la Trasparenza 	Notificato il 04/5/2018 a Responsabile Area Comunicazione e Marketing. Pubblicato nell'area Trasparenza Amministrativa - Regolamenti del sito in data _____

STORIA DEL DOCUMENTO

Approvato con decreto del Presidente n. 37 del 4 giugno 2018

SOMMARIO

1. Premessa
2. Definizioni
3. Gestione del documento
4. Scopo e finalità
5. Soggetti controparte
6. Gestione della sponsorizzazione e del contratto di co-marketing
 - 6.1 oggetto della sponsorizzazione o del contratto di co-marketing
 - 6.2 individuazione e scelta delle iniziative di sponsorizzazione o co-marketing
 - 6.3 definizione del contratto di sponsor o di co-marketing
 - 6.4 gestione del contratto di sponsor o co-marketing
 - 6.5 Sottoscrizione ed archiviazione del contratto di sponsor o di Co-Marketing
7. Flussi informativi

1. PREMESSA

La presente procedura ha l'obiettivo di illustrare i criteri cui Teatro Stabile del Veneto (di seguito anche "TSV") deve attenersi nella gestione delle sponsorizzazioni e degli accordi commerciali di Co-Marketing, nel rispetto dei principi di trasparenza, tempestività e tracciabilità di tutte le attività espletate, nonché di individuare i ruoli e le responsabilità dei soggetti di TSV che, attraverso il lavoro quotidiano devono raggiungere gli scopi e le finalità come descritte nel presente documento.

In particolare, la presente procedura – predisposta ai sensi e per gli effetti del D. Lgs 231/2001 e del cui Modello di Organizzazione e Gestione costituisce parte integrante – disciplina le modalità operative e definisce i presidi di controllo, anche comportamentali, connessi alla gestione delle sponsorizzazioni e degli accordi commerciali di Co-Marketing al fine di prevenire la commissione di possibili reati ai sensi del D. Lgs 231/2001 recante la disciplina della c.d. "responsabilità amministrativa degli enti". Inoltre è parte integrante anche del Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e la Trasparenza

Pertanto TSV adegua il proprio comportamento a questo esposto nella presente procedura.

2. DEFINIZIONI

"Co-Marketing": Termine abbreviato per "*Cooperative Marketing*", definisce una collaborazione commerciale tra due controparti che in *partnership* svolgono una serie di iniziative volte a raggiungere i reciproci obiettivi di *marketing*.

"Collaborazione commerciale o Contratto di Co-Marketing": E' una operazione di scambio bilaterale di beni o servizi, con relativa congrua valorizzazione.

"Contratto di sponsorizzazione": Un contratto a prestazioni corrispettive, mediante il quale Teatro Stabile del Veneto 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 spazi e per un periodo definito, nome, logo, marchio o prodotti.

"Partner": Il soggetto privato che intende stipulare un contratto di collaborazione o di Co-Marketing con Teatro Stabile del Veneto.

"Spazi": si intende l'insieme di spazi fisici o virtuali messi a disposizione dal Teatro Stabile del Veneto per consentire allo sponsor e/o alla controparte di ottenere massima visibilità utile per raggiungere il proprio obiettivo di *marketing*.

"Sponsor": Il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con Teatro Stabile del Veneto per sfruttare il potenziale comunicativo generato dall'operazione.

"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.

"Sponsorizzazione tecnica": La sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna a svolgere determinate attività, consistenti nella fornitura di beni, nell'erogazione di servizi o nell'esecuzione di lavori in favore dello sponsorizzato (*Sponsee*), in questo caso Teatro Stabile del Veneto.

"Sponsorizzazione di puro finanziamento": La sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna esclusivamente al riconoscimento di un contributo e non anche allo svolgimento di altre attività indicando anche eventualmente le precise finalità ed utilizzazione del contributo concesso dal finanziatore.

“**Spettacolo**”: Ai fini della presente *Procedura* si intendono l’evento o la performance svolta in presenza del pubblico da parte di Teatro Stabile del Veneto, con o senza emissione del titolo di accesso.

“**Teatri**” e “**Location**”: sono i teatri gestiti da Teatro Stabile del Veneto alla data di rilascio della presente procedura e i luoghi diversi dai teatri ove TSV può svolgere attività.

“**Teatro Stabile del Veneto**”: E’ il soggetto giuridico che sottoscrive il contratto di sponsorizzazione o il contratto di Co-Marketing.

3. GESTIONE DEL DOCUMENTO

La presente *Procedura* è per sua natura “*dinamica*” e pertanto potrà essere aggiornato in qualsiasi momento.

Il Soggetto deputato alla manutenzione/aggiornamento della presente *Procedura* è il Responsabile dell’Area Comunicazione e Marketing, svolgono funzioni di supplenza per innescare la revisione anche gli organi di controllo di TSV.

L’Ente deputato a curarne il rilascio aziendale, a comunicarne la sua emissione attraverso un Decreto del Presidente e a gestirne la sua diffusione e conoscenza, a mezzo di circolare, è la Segreteria di Presidenza.

La presente procedura assume validità dalla data della sua emissione indicata nel frontespizio. Ogni eventuale e successivo aggiornamento annulla e sostituisce, dalla data della sua emissione, tutte le versioni emesse precedentemente.

4. SCOPO E FINALITÀ

Teatro Stabile del Veneto considera le attività di sponsorizzazione e le iniziative di Co-Marketing come vere e proprie attività di *fundraising* quali fonte aggiuntiva rispetto alle entrate della gestione caratteristica del Teatro (vendita di biglietti e spettacoli, contributi da parte del Ministero e soci).

L’attività è considerata prospetticamente strategica e pertanto TSV impiega tempo e risorse, ed adotta comportamenti finalizzati al raggiungimento degli obiettivi fissati in sede CdA.

Pertanto TSV, nell’ambito delle proprie attività, prevede la possibilità di fornire prestazioni accessorie alla veicolazione del marchio, del logo o di altri messaggi dello sponsor o del partner e a fronte di questo, TSV consegue un corrispettivo oppure un vantaggio in termini di minor spesa nella realizzazione della gestione caratteristica del TSV.

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni e gli accordi commerciali co-marketing che riguardano propaganda, pubblicità o messaggi contrati a quanto stabilito dal Codice Etico e di comportamento di Teatro Stabile del Veneto.

In ogni caso non possono essere conclusi contratti di sponsorizzazione qualora si ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno all’immagine della Società o alla iniziativa della stessa.

E’ fatto divieto accettare sponsorizzazioni (tecniche o di puro finanziamento), iniziative di Co-Marketing senza la preventiva stipula di un contratto o l’approvazione di accettazione scritta.

5. SOGGETTI CONTROPARTI

Possono assumere la veste di sponsor o di controparte dell’attività di Co-Marketing i seguenti soggetti: a) persone fisiche, b) persone giuridiche, aventi o meno scopo di lucro o finalità commerciali, c) le associazioni senza fini di lucro, costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Teatro Stabile del Veneto.

Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con Teatro Stabile del Veneto o che esercitino attività in conflitto di interesse con lo stesso.

Nei rapporti con gli sponsor e con le controparti di iniziative di Co-Marketing devono essere rispettati i principi enunciati, oltre che nella presente procedura, anche quelli definiti al paragrafo 9.4 del “Codice Etico e di comportamento” del Teatro Stabile del Veneto, nonché i protocolli di controllo di cui alla Sezione n.04 della Parte Speciale del Modello 231 della Società.

6. GESTIONE DELLA SPONSORIZZAZIONE O DEL CONTRATTO DI CO-MARKETING

Di seguito le fasi richieste per gestire correttamente la sponsorizzazione o il contratto di Co-Marketing.

6.1. *Oggetto della sponsorizzazione o del contratto di co-marketing*

Il contratto di sponsorizzazione o il contratto di co-marketing possono avere ad oggetto: i) la fornitura di materiale o beni/attrezzature; ii) la fornitura di una prestazione di servizio; iii) un corrispettivo in denaro;

6.2. *Individuazione e scelta delle iniziative di sponsorizzazione o di Co-Marketing*

Il Responsabile dell’Area Comunicazione e Marketing, in coerenza con le linee strategiche individuate dal Cda e con il supporto del Direttore e dal Dirigente Amministrativo, prima dell’inizio di ogni Stagione elabora, il piano di marketing comprendente gli obiettivi target per le sponsorizzazioni e le iniziative di Co-Marketing.

Il Responsabile dell’Area Comunicazione e Marketing, anche avvalendosi della collaborazione dei Coordinatori dei Teatri, elabora un elenco completo degli spazi o delle attività che possono essere messe a disposizione di iniziative di sponsorizzazione o di Co-Marketing. Tale elenco deve essere accompagnato da un “listino” indicativo volto a valorizzare lo “scambio” di beni e servizi per i contratti di Co-Marketing.

Il ricorso alla sponsorizzazione o all’iniziativa di Co-Marketing, salvo contrasto con disposizioni di legge, può riguardare tutte le iniziative, i beni, le prestazioni ed i servizi espletati da TSV. Non potranno essere contrattualizzati alcuni dei servizi che per TSV sono necessari e connessi al rilascio di certificazioni ed atti.

6.3. *Definizione del contratto di sponsor o di Co-Marketing*

La gestione della sponsorizzazione e delle iniziative di Co-Marketing viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l’oggetto del contratto;
- b) il valore della sponsorizzazione e/o dell’iniziativa di Co-Marketing comprensivo degli spazi e titoli di accesso messi a disposizione;
- c) la forma di corrispettivo, le modalità di pagamento e di fatturazione;
- d) la durata del contratto;
- e) gli impegni e/o obblighi di TSV quale soggetto sponsorizzato o di partner dell’iniziativa
- f) forme di veicolazione e disciplina dell’uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor
- g) gli impegni e/o obblighi dello sponsor o del partner e le modalità di gestione del logo del TSV ove previsto;
- h) l’eventuale diritto di “esclusiva”;
- i) il recesso;
- j) l’inadempimento e la risoluzione del contratto;
- k) la risoluzione delle controversie relative all’esecuzione del contratto;



- l) le clausole 231 e le clausole privacy
- m) le spese e disposizioni contrattuali finali.

Nel caso in cui si individuino come corrispettivo della sponsorizzazione, ma soprattutto dell'iniziativa di Co-Marketing l'esecuzione di lavori, servizi o forniture, i contratti a tal fine stipulati contengono anche l'esatta individuazione dei lavori, servizi o forniture da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

Il contratto di sponsorizzazione o di Co-Marketing è sottoscritto dalla controparte e dal soggetto di TSV avente i poteri aziendali. Tutti i contratti sono protocollati ed archiviati nell'apposita area riservata ai documenti protocollati.

6.4. Gestione del contratto di sponsor o di Co-Marketing

La gestione del contratto di sponsor o di Co-Marketing è sotto la responsabilità dell'Area Comunicazione e Marketing, sia per quanto riguarda i rapporti con le controparti che per quanto riguarda l'attuazione di quanto previsto contrattualmente.

L'eventuale realizzazione di iniziative deve essere valutata con i Coordinatori dei Teatri, in quanto le stesse non devono impattare sul normale svolgimento delle attività di TSV e devono rispettare i corretti presidi di prevenzione richiesti dalle normative in vigore.

6.5. Sottoscrizione ed archiviazione del contratto di sponsor o di Co-Marketing

Il contratto deve essere sottoscritto dal soggetto avente poteri di firma e successivamente protocollato ed archiviato sia in formato cartaceo che elettronico in coerenza con quanto previsto dalla procedura operativa di protocollazione.

7. FLUSSI INFORMATIVI

Non viene previsto alcun flusso informativo che in automatico informi l'Organismo di Vigilanza in merito all'acquisizione del contratto di Sponsor o di Co-Marketing, mentre annualmente, entro marzo dell'anno successivo, il Responsabile dell'Area Comunicazione e Marketing elabora ed invia al CdA e all'Organismo di Vigilanza la lista dei contratti acquisiti contenente almeno le seguenti informazioni: Soggetto controparte titolare del contratto, oggetto del contratto, il valore della sponsorizzazione e/o dell'iniziativa di Co-Marketing.