



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI BARI  
ALDO MORO

IL RETTORE

Decreto n. 1049

- VISTO il D.P.R. n. 382/80;  
VISTA la Legge 30.12.2010, n. 240, recante “*Norme in materia di organizzazione delle Università, di personale accademico e di reclutamento, nonché delega al Governo per incentivare la qualità e l’efficienza del sistema universitario*”;  
VISTA la necessità di promuovere e sostenere attività scientifiche, didattiche e di servizio dell’Università degli Studi di Bari Aldo Moro nonché di favorire, attraverso nuove entrate, l’innovazione organizzativa, il miglioramento qualitativo e quantitativo dei servizi e la realizzazione di economie;  
VISTO lo Statuto di Ateneo;  
VISTO il “Regolamento di per l’Amministrazione, la Finanza e la Contabilità di questo Ateneo”;  
VISTA la deliberazione del Consiglio di Amministrazione di questa Università, assunta in data 27.10.2017, con cui è stata approvata la proposta di modifica al succitato testo regolamentare;

D E C R E T A

E’ emanato il “**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E DELLE ALTRE TIPOLOGIE DI FINANZIAMENTO ESTERNO**” che, allegato al presente decreto, ne costituisce parte integrante e sostanziale.

Il presente Decreto è pubblicato nel Bollettino di Ateneo e sul sito web dell’Ateneo ed entra in vigore il giorno successivo alla pubblicazione nel Bollettino di Ateneo.

Bari, 05.04.2018

IL RETTORE

f.to Prof. Antonio Felice URICCHIO

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

## Art. 1 – Finalità

Il presente regolamento disciplina presupposti, condizioni, nonché la procedura di affidamento dei contratti di sponsorizzazione e di altre forme di collaborazione tra pubblica amministrazione e privati, al fine di promuovere e sostenere attività scientifiche, didattiche e di servizio attraverso nuove entrate.

## Art. 2 – Ambito di applicazione e definizioni

Rientrano nell'ambito di applicazione del presente regolamento:

### 1. I contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto:

- 1.1. la sponsorizzazione mediante dazione di denaro (c.d. pura o di puro finanziamento) che ricorre quando lo sponsor si impegna nei confronti della stazione appaltante esclusivamente al riconoscimento di un contributo in cambio del diritto di sfruttare spazi per fini pubblicitari e non anche allo svolgimento di altre attività;
- 1.2. la sponsorizzazione mediante esecuzione diretta di lavori, servizi e forniture (c.d. tecnica) che ricorre quando è prevista la realizzare di lavori, la prestazione di servizi o forniture a cura e spese dello sponsor.

2. Il **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.

3. **Art - bonus**, misura agevolativa sotto forma di credito di imposta per le erogazioni liberali in denaro a sostegno della cultura e dello spettacolo, ai sensi delle Leggi 106/2014 e 208/2015, quale sostegno del mecenatismo a favore del patrimonio culturale. In particolare, il donatore (persona fisica o giuridica) di una erogazione liberale elargita per interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici e per il sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura di appartenenza pubblica, potrà godere di un regime fiscale agevolato nella misura di un credito di imposta pari al 65% delle erogazioni effettuate. Le "erogazioni liberali: art bonus" non fanno parte ma si aggiungono a quelle previste dall'art. 2, comma 2 del presente regolamento per finalità diverse da quelle indicate dalla citata normativa per l'art-bonus. Le attività e le tipologie di soggetti che possono beneficiare di queste assegnazioni sono previste dall'art. 1 della L. 106/2014.

4. 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). Per le procedure di gestione di donazioni, legati e lasciti si rimanda al codice civile.

5. Il **patrocinio**, con cui si intende l'adesione simbolica dell'Università di Bari, sotto forma di espressione di apprezzamento, di sostegno e di pubblico riconoscimento, formulata nei confronti di iniziative realizzate da soggetti terzi, ritenute meritevoli per le loro finalità sociali, culturali, artistiche, scientifiche e formative, in coerenza con i fini istituzionali e le funzioni di Ateneo.

Il patrocinio, come l'atto di mecenatismo, si differenzia dalla sponsorizzazione in quanto manca il rapporto sinallagmatico di prestazione/controprestazione.

- 6. 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.
- 7. Iniziative promozionali** realizzate da terzi negli spazi di Ateneo su concessione specifica. Per la loro disciplina si rimanda al “*Regolamento per la concessione in uso di aule e spazi*” approvato dal Senato Accademico del 19/07/2011 e dal Consiglio di Amministrazione del 26/07/2011.
- 8. Il crowdfunding** che, nato come forma di microfinanziamento dal basso, consiste in un innovativo strumento di raccolta fondi on-line destinati alla realizzazione di singole iniziative e progetti nei diversi campi del sapere. E' tra le forme più diffuse ed efficaci di finanziamento di iniziative di varia natura e 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;
  - *equity based*, utilizzato per la raccolta di capitale di rischio, in cambio del finanziamento versato è prevista la partecipazione al capitale sociale dell'impresa;
  - *ibride*, basato su più modalità di finanziamento.
- Attraverso questo strumento chiunque potrà sostenere iniziative e progetti, anche con un piccolo importo, e soprattutto potrà scegliere verso quale progetto/iniziativa indirizzarsi restando informato sui risultati di volta in volta conseguiti.
- 9. L'adozione a distanza di studenti meritevoli e privi di mezzi.** I soggetti interessati potranno devolvere all'Università di Bari 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. 3 – Condizioni di ammissibilità**

1. Il ricorso alla sponsorizzazione e alle altre forme di finanziamento esterno previste dall'art. 2 è ammesso ove siano soddisfatte le seguenti condizioni:
  - a) il perseguimento di interessi pubblici;
  - b) l'esclusione di forme di conflitto di interessi tra attività pubblica e privata;
  - c) il conseguimento di risparmi di spesa e/o di nuove entrate per l'Ateneo.
2. Pur sussistendo le condizioni di cui al comma precedente, l'Ateneo può considerare inammissibile e, quindi, rifiutare qualsiasi iniziativa:
  - a) qualora ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine e alle proprie iniziative;
  - b) per motivi di opportunità generale, rimessi al suo prudente apprezzamento.
3. Sono in ogni caso escluse iniziative riguardanti o aventi ad oggetto:
  - pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di prodotti lesivi dell'ambiente, della dignità o della salute o comunque non consoni ai luoghi in cui si svolge l'attività universitaria;
  - propaganda di natura politica o sindacale;
  - messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia e messaggi offensivi del diritto alle pari opportunità e al trattamento non discriminatorio quanto al genere, alla religione e all'etnia.

### **Art. 4 – Individuazione e approvazione delle iniziative**

1. Tutte le Strutture hanno la facoltà di ricercare autonomamente forme di sponsorizzazione o altre iniziative che possono comportare per il bilancio di Ateneo sia riduzioni di spesa, sia

- incrementi di entrata. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le voci previste a carico del bilancio di Ateneo nei capitoli di spesa ordinaria. Nel corso dell'anno, il Rettore e il Direttore Generale possono formulare indirizzi specifici ai responsabili dei vari Uffici per la individuazione delle varie iniziative oggetto del presente regolamento, nel rispetto delle finalità e delle procedure ivi previste.
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 ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, da attribuire una volta espletata l'apposita procedura di selezione.
  3. Qualora le attività previste nel presente regolamento siano di importo inferiore a 10.000 euro,
    - a. se trattasi di attività di competenza dei Centri di Spesa così come previsto dallo Statuto, le procedure saranno istruite, valutate e approvate dal Consiglio di Dipartimento interessato.
    - b. se trattasi di attività non di competenza dei Centri di Spesa, le procedure saranno istruite e valutate dall'ufficio competente dell'Amministrazione centrale dell'Università o dal Consiglio di Dipartimento interessato e approvate direttamente dal Rettore e dal Direttore Generale.
  4. Qualora le attività previste nel presente regolamento siano di importo compreso tra 10.000 e 51.645,69 euro,
    - a. che riguardano l'Amministrazione centrale e i Centri Servizi dovranno essere sottoposte alla valutazione tecnica dell'ufficio competente dell'Amministrazione centrale dell'Università che le istruisce e le sottopone per l'approvazione al Direttore Generale e ad una Commissione costituita dal Rettore (Commissione Finanziamenti Esterni).
    - b. che riguardano i Dipartimenti Scientifici saranno valutate dai Consigli dei Dipartimenti interessati e sottoposte, se trattasi di attività non rientranti tra quelle di competenza del Dipartimento, all'approvazione del Direttore Generale e della Commissione costituita dal Rettore. In caso contrario l'approvazione sarà di competenza del Consiglio di Dipartimento.
  5. Qualora le attività previste nel presente regolamento siano di importo superiore a 51.645,69 euro le procedure saranno istruite dall'ufficio competente dell'Amministrazione centrale dell'Università o dal Consiglio di Dipartimento interessato e approvate dal Consiglio di Amministrazione.
  6. Le proposte di donazioni in denaro inferiori a 51.645,69 euro devono avere la preventiva autorizzazione del Direttore Generale.  
Le proposte di altre donazioni, legati, lasciti ereditari, ecc... devono ottenere la preventiva approvazione del Consiglio di Amministrazione secondo le modalità stabilite dal "Regolamento per l'Amministrazione, la Finanza e la Contabilità".
  7. Le richieste di patrocinare manifestazioni o organismi estranei all'Università devono essere indirizzate al Rettore, allegando il programma dettagliato dell'iniziativa e/o documentazione idonea a permettere una valutazione dell'evento. La concessione del patrocinio è di assoluta competenza del Rettore che provvede alla valutazione delle richieste. È comunque nella facoltà del Rettore rimettere la valutazione della richiesta di concessione del patrocinio al Senato Accademico.
  8. Le iniziative riguardanti il mecenatismo culturale (compreso l'art-bonus) possono essere proposte da qualsiasi Struttura. Ciascuna proposta deve essere sottoposta all'approvazione del Consiglio di Amministrazione.
  9. Le iniziative riguardanti il crowdfunding possono essere proposte da qualsiasi Struttura. Per l'approvazione si rimanda ai punti 3, 4 e 5 del presente articolo.

**Art. 5 – Le procedure di affidamento dei contratti di sponsorizzazione**

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):

1. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a € 40.000,00, mediante dazione di denaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti (sponsorizzazione c.d. pura), è soggetto ad una procedura semplificata:
  - 1.1. La stazione appaltante 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.
  - 1.2. 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.
  - 1.3. 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.
  - 1.4. Le offerte di sponsorizzazione saranno valutate da apposita commissione, individuata e nominata con decreto del Rettore, nel rispetto dei criteri predeterminati dalla stazione appaltante, volti ad assicurare il maggior finanziamento possibile dell'iniziativa o attività, laddove il corrispettivo della sponsorizzazione consista in una somma di denaro.
2. 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, è escluso dall'ambito di applicazione del Codice dei contratti pubblici, 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.
  - 2.1. La scelta dello sponsor, in tal caso, dovrà avvenire nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
  - 2.2. Per contratti di importo pari o superiore a 40.000 euro e inferiore a 150.000,00 euro l'Università potrà ricorrere ad una procedura negoziata previa consultazione di almeno cinque operatori economici;
  - 2.3. Per contratti di importo pari o superiore a 150.000,00 euro e inferiori ad 1.000.000,00 euro l'Università potrà ricorrere ad una procedura negoziata previa consultazione di almeno dieci operatori economici;
  - 2.4. Per contratti di importo pari o superiore a 1.000.000,00 euro, l'Università dovrà ricorrere ad una procedura aperta.
  - 2.5. 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.
  - 2.6. 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 della necessaria qualificazione.

3. L'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione è sempre ammessa per importi inferiori alla soglia dei quarantamila euro purché venga data adeguata motivazione sia in ordine alla scelta di tale procedura che alla scelta dello sponsor.

#### **Art. 6 – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto**

1. L'Università può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti 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. 7 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione**

1. La sponsorizzazione deve essere regolata da apposito contratto, sottoscritto dal Rettore o dal Direttore di Dipartimento (a seconda della competenza prevista dall'art. 4, comma 3 del presente regolamento) nel quale, in particolare, vanno definiti i seguenti elementi:
  - a) l'oggetto e le finalità del contratto;
  - b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi;
  - c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti di sfruttamento dell'immagine ai fini pubblicitari, di eventuali benefits, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
  - d) gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'Ateneo (sponsee);
  - e) le eventuali garanzie richieste (fideiussione bancaria o polizza assicurativa);
  - f) il corrispettivo della sponsorizzazione;
  - g) la durata del contratto;
  - h) i controlli sull'attività dello sponsor;
  - i) la facoltà di recesso da parte dell'Università prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor;
  - j) la risoluzione del contratto per inadempimento;
  - k) le prescrizioni in materia di controversie e spese contrattuali.
2. Nel contratto deve essere, inoltre, prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine dell'Università, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.
3. Il contratto di sponsorizzazione avente come prestazione corrispettiva l'esecuzione di lavori pubblici deve contenere l'esatta individuazione dei lavori 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.
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. L'amministrazione 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.

#### **Art. 8 – Disciplina dell'Art – Bonus**

1. 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 ("Art - Bonus"). 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%.
2. 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).
3. 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.
4. A seguito dell'approvazione dell'iniziativa a cura del Rettore, 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.
5. 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.
6. 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.
7. 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...).
8. 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.

### **Art. 9 – Modalità per la concessione di patrocini per convegni, congressi, seminari, work-shop e altre manifestazioni assimilabili**

1. Il patrocino può essere concesso solo a manifestazioni di rilevante interesse scientifico-culturale e, comunque, non contrastanti con i fini istituzionali perseguiti dall'Ateneo.
2. Il patrocino non va richiesto e deve intendersi implicitamente concesso per tutte le iniziative accademiche, didattiche e congressuali promosse e/o finanziate dall'Università di Bari, o da un Dipartimento, o approvate da un Dipartimento.
3. Con la concessione del patrocino, secondo le modalità previste nell'art. 4 comma 5 del presente Regolamento, l'Università esprime la propria simbolica adesione alle iniziative meritevoli di apprezzamento per le finalità culturali, scientifiche, educative, sportive, economiche e sociali.

4. Sono escluse dalla concessione del patrocinio le iniziative che hanno diretta finalità di lucro, nonché quelle che costituiscono pubblicizzazione o promozione finalizzata alla vendita di opere, prodotti o servizi, o che sono promosse da partiti o movimenti politici e da organizzazioni al solo fine di propaganda.
5. Il patrocinio comporta l'autorizzazione a fare uso del nome e del logo dell'Università di Bari, non comporta oneri finanziari a carico dell'Ateneo, né interventi di supporto organizzativo o logistico. In ogni caso la concessione del patrocinio non deve arrecare alcun danno al prestigio e all'immagine dell'Università.

#### **Art. 10 – Modalità di avvio del crowdfunding**

1. Per le finalità di cui al precedente art. 2, comma 8, ed a sostegno delle attività istituzionali, l'Università può utilizzare lo strumento del crowdfunding e, pertanto, avviare, direttamente o attraverso piattaforme esterne, una campagna di raccolta fondi on-line dandone adeguata pubblicità sul sito web istituzionale.
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 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 "progetti finanziati".

#### **Art. 11 – Utilizzo di risparmi di spesa**

1. Le sponsorizzazioni e donazioni, che si sostanziano in dazione di denaro a favore dei dipartimenti e centri, al netto delle spese necessarie alla realizzazione dell'iniziativa cui la dazione eventualmente si correla, sono soggette al prelievo, a favore del bilancio di Ateneo, in misura del 10% loro ammontare.
2. In ogni caso, i risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni, dagli accordi di collaborazione o da altri istituti disciplinati nel presente regolamento possono essere destinati al finanziamento di altre iniziative, che rispondono alle medesime finalità di cui all'art. 1.

#### **Art. 12 – Trattamento dei dati personali**

1. I dati raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dello stesso.
2. I singoli interessati hanno la facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.lgs. 196/2003.

#### **Art. 13 – Norme di rinvio**

Per quanto non previsto dal presente regolamento si applica la normativa vigente in materia, nonché le disposizioni dello Statuto e dei Regolamenti di Ateneo.

#### **Art. 14 – Entrata in vigore**



Il presente Regolamento è emanato con decreto del Rettore e pubblicato sul sito web istituzionale.