

**Avviso pubblico, ai sensi dell'art. 19 del D.lgs. 50/2016, per la selezione di proposte di sponsorizzazione finalizzate all'utilizzazione delle superfici esterne delle Case dell'Acqua, ex art. 3 della Convenzione per la gestione del servizio idrico integrato della città di Milano**

MM S.p.A. (nel seguito "MM") è una società pubblica di ingegneria il cui azionista unico è il Comune di Milano. Creata dal Comune di Milano nel 1955 per progettare e costruire le prime linee della metropolitana, MM ha partecipato alla realizzazione e alla gestione delle principali infrastrutture della città. Dal giugno 2003 MM gestisce anche il Servizio Idrico Integrato della Città di Milano e dal giugno 2015 il patrimonio abitativo comunale, con annessi usi diversi.

Da luglio 2021 MM è divenuta affidataria della manutenzione ordinaria degli edifici scolastici del Comune di Milano.

MM promuove, tra i suoi obiettivi di sostenibilità, il consumo dell'acqua del rubinetto ed è pertanto impegnata nella realizzazione di campagne culturali e informative rivolte alle scuole, alle famiglie e al mondo produttivo per il corretto uso dell'acqua pubblica, la conoscenza del servizio idrico integrato di Milano, il rispetto degli ecosistemi e della biodiversità, l'economia circolare, la salvaguardia dell'ambiente e il contrasto al cambiamento climatico.

\* \* \*

### **1) Oggetto**

Il presente avviso - ai sensi dell'art. 19 del D.Lgs. 50/2016 - è volto alla ricerca di soggetti terzi interessati a stipulare, in qualità di sponsor, contratti di sponsorizzazione passiva con MM che, in veste di sponsee (o sponsorizzato), si obbliga, dietro corrispettivo da pattuire, ad associare il segno distintivo dello sponsor sulle superfici esterne delle Case dell'Acqua installate all'interno del Comune di Milano dal 2013 ad oggi, il cui funzionamento è a carico di MM, oltre che sul materiale di promozione dell'iniziativa di sponsorizzazione.

### **2) Finalità**

La finalità del presente avviso è reperire risorse economiche per supportare lo sviluppo della rete delle Case dell'Acqua che garantiscono la distribuzione dell'acqua potabile liscia, gasata e raffrescata e promuovere il consumo dell'acqua del rubinetto presso i punti di erogazione presenti nei parchi, nelle vie e nelle piazze di Milano.

### **3) Modalità della sponsorizzazione**

I soggetti interessati alla sponsorizzazione potranno partecipare tramite finanziamento in denaro. Sono a carico dei soggetti sponsor e non sono ricompresi all'interno dell'importo del finanziamento i costi necessari a:

- i) coprire le attività correlate alla sponsorizzazione stessa (stampe, allestimenti, iniziative promozionali o funzionali all'organizzazione degli eventi connessi ecc.);
- ii) ripristinare, al termine del periodo di sponsorizzazione, i luoghi e i manufatti allo stato originario, prescrizione che dovrà essere inclusa in apposite e opportune clausole di salvaguardia.

La proposta di sponsorizzazione potrà riguardare alcune o tutte (n. 53) le Case dell'Acqua installate sul territorio del Comune di Milano, anche tramite proposta con la formula dell'esclusività limitatamente all'iniziativa oggetto del presente avviso.

Si segnala che potranno essere prese in considerazione esclusivamente proposte in linea con la mission aziendale di MM che fa della sostenibilità ambientale uno dei capisaldi della propria strategia di sviluppo ovvero proposte volte a veicolare messaggi di sensibilizzazione ad un uso responsabile della risorsa idrica.

### **4) Impegni di MM (sponsee o sponsorizzato)**

MM s'impegna a veicolare il nome e il segno distintivo dei soggetti individuati come sponsor attraverso gli spazi assegnati a questi ultimi, secondo quanto dettagliato nel contratto di sponsorizzazione.

La consistenza dell'impegno di MM sarà commisurata alla modalità di sponsorizzazione proposta e all'attività sostenuta dai candidati e potrà prevedere:

- la veicolazione del nome e/o marchio dello sponsor 'in abbinamento' a quello di MM;
- la veicolazione del marchio dello sponsor attraverso l'intitolazione dell'attività o dell'iniziativa;
- la concessione o meno dell'esclusiva, vale a dire del diritto ad essere l'unico sponsor per l'iniziativa oggetto del presente avviso.

Per ciascuna delle proposte, il ritorno di immagine sarà oggetto di un piano personalizzato che, in dipendenza del corrispettivo proposto, potrà contemplare:

1. Diritti di utilizzo del marchio sulle superfici oggetto del presente avviso;
2. Diritti di utilizzo di immagini;
3. Diritti di titolazione / abbinamento;
4. Diritto a pubblicizzare l'iniziativa sui quotidiani e su stampa specializzata;
5. Presenza sul sito web / pagine social dello sponsor;
6. Eventi specifici per road show o presentazioni pubbliche;
7. Cartelle stampa.

### **5) Impegni dello sponsor (o sponsorizzatore)**

Con i soggetti selezionati quali sponsor MM stipulerà contratto di sponsorizzazione che – a fronte del versamento di un corrispettivo in denaro in favore di MM – consenta ai medesimi l'installazione, a loro cura, sulle superfici oggetto dell'iniziativa, di materiale recante marchio, logo o del nome aziendale oltre che di un eventuale ADV da inserire nel formato, dimensione e contenuto approvato da MM. L'uso di tutte le informazioni e le immagini dello sponsor sarà a sua completa cura e carico. Lo sponsor assumerà su di sé ogni e più ampia responsabilità in ordine a contenuto, natura, qualità e veridicità delle informazioni medesime, esonerando espressamente MM da ogni responsabilità ed onere di accertamento e/o di controllo al riguardo.

Lo sponsor, inoltre, non potrà trasferire a terzi gli obblighi assunti, così come i diritti e gli obblighi conseguenti all'adesione al contratto di sponsorizzazione.

Il materiale da collocare sulle superfici dovrà essere prodotto, nel formato approvato a cura dello sponsor che sarà tenuto al termine dell'iniziativa alla corretta rimozione.

### **6) Durata e valore della sponsorizzazione**

Perché possa essere presa in considerazione, ogni iniziativa dovrà prevedere una durata minima pari almeno a 90 giorni e una durata massima non eccedente i due anni. Il valore della singola sponsorizzazione è libero, ma perché le offerte possano essere comparabili dovranno precisare se includano o meno l'esclusiva, atteso che l'acquisizione dell'esclusività rapportata alla durata massima della sponsorizzazione potrà essere preferita a proposte frazionate che coprano periodi di tempo molto brevi.

### **7) Foro competente**

Per la definizione delle eventuali controversie che dovessero insorgere, il foro competente è quello di Milano.

### **8) Requisiti di partecipazione**

I soggetti (imprese, associazioni, ecc.) interessati a promuovere la propria immagine attraverso la sponsorizzazione sono ammessi a presentare proposte di sponsorizzazione, utilizzando l'Allegato A

in calce al presente Avviso, purché siano in possesso dei requisiti di ordine generale ai sensi dell'art. 80 del D.Lgs. 50/2016 e svolgano la loro attività in armonia con gli interessi pubblici perseguiti da MM e, in particolare, con le finalità del presente avviso.

Se l'esecutore è soggetto diverso dallo sponsor il requisito di qualificazione previsto per materia dovrà essere posseduto dal soggetto esecutore.

Inoltre, i soggetti ammessi a presentare proposte di sponsorizzazione dovranno attestare:

- l'inesistenza di situazioni pregiudizievoli o limitative della capacità contrattuale;
- l'insussistenza di una delle cause di sospensione, di decadenza o di divieto previste dalla normativa vigente;
- l'inesistenza dell'applicazione di provvedimenti cautelari antimafia o la sottoposizione a misure di prevenzione.

I soggetti privati che si presentano in forma associata dovranno indicare il soggetto capofila che sarà l'interlocutore di MM per l'adempimento di tutti gli obblighi contrattuali.

### **9) Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

MM procederà ad escludere la proposta di sponsorizzazione qualora questa riguardi:

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica e/o religiosa e di dubbia moralità;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia, o comunque, lesive della dignità umana;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione e/o distribuzione di tabacco, giochi d'azzardo, prodotti alcolici, materiale pornografico, a sfondo sessuale o inerenti armi.

MM, a proprio insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione qualora:

- consideri la proposta non in linea con la mission aziendale;
- valuti la proposta economicamente non congrua in rapporto alla visibilità concessa;
- ritenga che da tale proposta possa derivare un conflitto di interesse tra le rispettive attività svolte o per quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con MM;
- rilevi che la proposta possa recare un pregiudizio o un danno all'immagine di MM o alle sue iniziative;
- reputi la proposta inaccettabile per motivi di inopportunità generale ovvero di incongruità.

### **10) Modalità di presentazione della proposta di sponsorizzazione**

La proposta di sponsorizzazione dovrà pervenire in busta chiusa a MM Spa, presso la Direzione Comunicazione, **entro le ore 12.00 del giorno 30 giugno 2023**.

Si precisa che qualora non pervengano offerte in esclusiva e/o offerte che coprano l'intera disponibilità delle Case dell'Acqua potranno essere accolte anche proposte di sponsorizzazione in periodi successivi fino a dicembre 2023, previa notizia che verrà comunicata sul sito istituzionale a valle della prima scadenza.

È consentita la consegna con qualunque modalità, anche a mano. Farà fede l'apposizione del numero di protocollo con la data e l'ora di ricevimento. I soggetti interessati potranno inviare a [comunicazione@mmspa.eu](mailto:comunicazione@mmspa.eu) una richiesta di adesione con relativo progetto che includa uno o più argomenti sopra citati.

Tutte le informazioni sulla Società sono reperibili sul sito [www.mmspa.eu](http://www.mmspa.eu). Eventuali richieste di chiarimento potranno essere inoltrate a [comunicazione@mmspa.eu](mailto:comunicazione@mmspa.eu).

### **11) Modalità di valutazione delle proposte di sponsorizzazione**

MM valuterà le proposte di sponsorizzazione pervenute riservandosi di richiedere, laddove ritenuto necessario, precisazioni e integrazioni e di rifiutare la proposta qualora ricorrano le condizioni

ostative sopra riportate. La valutazione delle proposte sarà effettuata in considerazione degli elementi di seguito riportati:

- valore economico complessivo della proposta;
- coerenza e integrazione tra attività pubblica propria dell'evento e attività promozionale dello sponsor;
- ordine cronologico di arrivo, risultante dal protocollo.

Le proposte verranno accolte nel rispetto del numero massimo possibile di sponsor. Nel caso di eccedenza di proposte, a parità di offerta, si procederà all'affidamento in base agli elementi sopra indicati, compreso l'ordine cronologico di arrivo delle offerte al protocollo.

## **12) Formalizzazione del rapporto di sponsorizzazione e pagamenti**

La formalizzazione del rapporto tra sponsor e sponsee, con l'individuazione delle rispettive obbligazioni, avverrà tramite stipulazione, sotto forma di scrittura privata, del contratto di sponsorizzazione.

## **13) Trattamento dei dati personali**

MM e lo sponsor tratteranno i dati personali connessi all'esecuzione del contratto ciascuna in qualità di Titolare del trattamento ed esclusivamente per l'adempimento degli obblighi dallo stesso derivanti, nel pieno rispetto degli obblighi previsti dalla vigente normativa in materia di privacy, con particolare riferimento al Regolamento (UE) 2016/679 ("GDPR") e al Decreto Legislativo n. 196/2003 ("Codice Privacy"), così come modificato e integrato dal D. Lgs. 101/2018.

5 giugno 2023

### **Allegati:**

#### **1. ALLEGATO A) Fac-simile modulo presentazione offerta**