



AVVISO PUBBLICO

AI SENSI DELL'ART. 19 DEL D.LGS 50/2016

PER LA SELEZIONE DI **PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE** PER LA REALIZZAZIONE
DI EVENTI, CAMPAGNE DI INFORMAZIONE E DIVULGAZIONE
DA SVOLGERSI NELL'ANNO 2019 E NEL BIENNIO SUCCESSIVO.

MM S.p.A. (nel seguito "MM") è una società pubblica di ingegneria il cui azionista è il Comune di Milano. MM, creata dal Comune di Milano nel 1955 per progettare e costruire le prime linee metropolitane, 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.

Il presente avviso - ai sensi dell'art. 19 del D.lgs. 50/2016 - è volto alla ricerca di operatori economici e/o altri soggetti interessati ad assumere il ruolo di sponsor per gli eventi di seguito riportati, programmati da MM nel corso del corrente anno e nel biennio successivo (2020 – 2021):

CENTRALE DELL'ACQUA

Realizzazione di campagne culturali e informative rivolte alle scuole e alle famiglie per il corretto uso dell'acqua pubblica, la conoscenza del reticolo idrico di Milano e del servizio idrico integrato, il rispetto degli ecosistemi e della biodiversità, l'economia circolare.

La sponsorizzazione è riferita a:

1. produzione di materiali divulgativi per le scuole (leaflet, card, brochures, ecc);
2. lancio di una campagna ADV web/radio/quotidiani;
3. produzione e diffusione di gadget per eventi sportivi cittadini (borracce in alluminio, t-shirt, cappellini), per gli uffici pubblici e le università;
4. varo di un palinsesto di iniziative pubbliche (seminari, talk, lectures, visite guidate).

CASE POPOLARI

PROSECUZIONE DELL'INIZIATIVA EDITORIALE POP, Abitare voce del verbo popolare, rivolta a tutti gli inquilini delle case popolari di proprietà del Comune di Milano. La sponsorizzazione riguarda la stampa, la distribuzione (tiratura prevista 35.000 copie) e la realizzazione di corner mobili da collocare all'interno degli stabili condominiali.

COESIONE SOCIALE E PARTECIPAZIONE

Il progetto è articolato in molteplici iniziative di animazione sociale e culturale realizzate direttamente da MM oppure da organizzazioni territoriali locali (Comitati, gruppi informali, associazioni, ecc.) nei caseggiati o nei quartieri, con lo scopo di favorire una migliore coesione sociale, partecipazione, qualità della vita, anche in funzione di presidio del territorio. Le attività oggetto di sponsorizzazione potrebbero essere alcuni format cittadini come Piano City, La Città che Sale, ecc; oppure iniziative di arte urbana, programmi di sport diffuso, laboratori di cultura locale, iniziative di prossimità programmate dai Municipi, ecc.

RETI E TELESOCORSO

La sponsorizzazione avrà ad oggetto la predisposizione di reti intelligenti e dispositivi per il monitoraggio a distanza di anziani soli o persone debilitate (ospedale diffuso), compresi i dispositivi di telesoccorso tesi a ridurre il ricorso alla ospedalizzazione e a mitigare il senso di abbandono delle persone sole e vulnerabili.

POP FACTOR - Talent show per le band giovanili emergenti

Pop Factor è un format-contenitore gratuito rivolto ai talenti milanesi esordienti nei quartieri ERP della città di Milano. Pop Factor intende promuovere l'incontro pubblico, la partecipazione, la rassegna scanzonata e divertente per far vivere, nelle case popolari, il gusto per la kermesse e per la condivisione.

POPLIMPICS, LO SPORT DIFFUSO - Pratiche sportive nei cortili

Poplimpics è un palinsesto di iniziative per la pratica dello sport diffuso nei cortili e nei quartieri ad alta densità popolare in partnership con associazioni sportive locali. Educare alla pratica sportiva e renderla accessibile sub-localmente significa prevenire disagio sociale e combattere sul nascere fenomeni di isolamento.

GIALLO IN CONDOMINIO - Noir e scrittura creativa nei cortili

Il genere letterario più in voga in questo momento potrebbe diventare il veicolo per intrattenere e coinvolgere gli inquilini dei quartieri popolari. Il format comprende attività diversificate e ben integrate tra loro con un unico filo conduttore: condividere storie locali per un'appartenenza rivisitata, più inclusiva e disincantata.

Finalità: la finalità della sponsorizzazione è quella di reperire risorse ulteriori a sostegno dell'organizzazione degli eventi sopra illustrati.

ATTIVITA' CORPORATE E EVENTI IN CITTA'

CAMPAGNE

Campagne informative e di sensibilizzazione sulla sostenibilità ambientale e sulla salvaguardia delle risorse (acqua, ambiente, ecc) anche orientate alla prevenzione e al corretto uso dell'acqua pubblica.

Campagne educative compresi laboratori, kit didattici, viaggi di istruzione presso impianti o cantieri di MM.

EVENTI CORPORATE

Attività di animazione e aggiornamento per il personale dipendente di MM, comprese attività di maximum outdoor training, team building e motivazione.

EVENTI PUBBLICI

Attività di turismo di cantiere, dibattito pubblico, public meeting, citizen panels, forums e altre iniziative per l'illustrazione di un cantiere o di un progetto e per la creazione e la diffusione di meccanismi partecipativi.

Tra gli eventi pubblici si annoverano anche l'abbellimento delle cesate di cantiere, gli eventi di animazione locale, l'urbanismo tattico, la gamificazione.

MODALITÀ DELLA SPONSORIZZAZIONE

I soggetti interessati alla sponsorizzazione di una o più iniziative potranno proporre di partecipare:

(i) Tramite finanziamento in denaro (mediante copertura economica diretta dei costi sostenuti per la realizzazione delle attività, ad es. cachet, stampe, distribuzioni, allestimenti, ecc.).

(ii) Tramite una prestazione di natura tecnica (erogazione diretta o cessione di servizi o fornitura di beni, attrezzature, impianti coerenti e funzionali all'organizzazione degli eventi).

È possibile presentare candidature che prevedano entrambe le forme di sponsorizzazione per lo stesso evento o per la stessa iniziativa (in parte finanziaria e in parte tecnica). La proposta di sponsorizzazione potrà riguardare una o più iniziative/eventi, anche nella formula dell'esclusività, vale a dire che lo sponsor sarà l'unico per MM.

- 1) **Impegni di MM (sponsee):** MM s'impegna a veicolare il nome, il segno distintivo e testo correlato, attraverso gli spazi pubblicitari assegnati ai soggetti individuati come sponsor nel corso degli eventi, negli opuscoli, manifesti e nei messaggi riguardanti la diffusione e comunicazione degli eventi, secondo quanto verrà meglio concordato con lo sponsor 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:

- (i) Veicolazione del marchio dello sponsor 'in abbinamento', vale dire l'accostamento del nome e/o marchio dello sponsor con quello di MM;
- (ii) Veicolazione del marchio per 'intitolazione', vale a dire attraverso intitolazione dell'attività, dell'evento e/o dell'iniziativa;
- (iii) La concessione o meno dell'esclusiva, vale a dire del diritto ad essere l'unico sponsor per una o più iniziative e/o eventi.

A seconda della tipologia esemplificata, il ritorno di immagine sarà oggetto di un piano concordato che contempra:

1. Segnaletica
2. Diritti di utilizzo del marchio

3. Diritti di utilizzo di immagini
4. Diritti di titolazione / abbinamento
5. Pubblicità con ADV sui quotidiani e su stampa specializzata
6. Presenza sul sito web / pagine social
7. Corner / location dedicate
8. Eventi specifici per road show o presentazioni pubbliche
9. Cartelle stampa
10. Advertising sulle pubblicazioni di MM

2) Impegni dello sponsor: i soggetti selezionati avranno come obbligazione la corresponsione di un finanziamento a favore di MM e/o la prestazione di natura tecnica; dovranno inoltre mettere a disposizione di MM, in tempi brevi, in formato elettronico la riproduzione del marchio, del logo o del nome aziendale oltre che del testo pubblicitario da inserire. Tutte le informazioni e immagini dello sponsor da utilizzarsi saranno a sua completa cura e carico, e lo sponsor assumerà su di sé ogni e più ampia responsabilità in ordine al contenuto, natura, qualità e veridicità delle informazioni medesime, con espresso esonero di MM da ogni responsabilità ed onere di accertamento e/o controllo al riguardo.

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

3) Foro competente: per la definizione delle eventuali controversie che dovessero insorgere, il foro competente è quello di Milano.

4) Durata e Valore della sponsorizzazione: la sponsorizzazione avrà una durata massima di 2 (due) anni dalla sottoscrizione. Il valore della singola sponsorizzazione è libero ma superiore in ogni caso a Euro 20.000.

5) Requisiti di partecipazione: sono ammessi a presentare proposte di sponsorizzazione tutti i soggetti (imprese, associazioni, ecc.) interessati a promuovere la propria immagine attraverso la sponsorizzazione utilizzando l'Allegato A in calce al presente Avviso, purché in possesso dei requisiti di ordine generale ai sensi dell'art. 80 del D.Lgs. 50/2016, che svolgano la loro attività in coerenza con gli interessi pubblici perseguiti da MM ed 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:

1. inesistenza di situazioni pregiudizievoli o limitative della capacità contrattuale;

2. insussistenza di una delle cause di sospensione, di decadenza o di divieto previste dalla normativa vigente;
3. 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.

6) Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni: MM procederà ad escludere la proposta di sponsorizzazione qualora riguardi:

1. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica e/o religiosa e di dubbia moralità;
2. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia, o comunque lesive della dignità umana;
3. 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 suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione qualora:

1. ritenga che 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;
2. rilevi che la proposta reca pregiudizio o danno all'immagine a MM o alle sue iniziative;
3. reputi la proposta inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

7) 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 del giorno 30 maggio 2019. 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 possono inviare a 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. Eventuali richieste di chiarimento potranno essere inoltrate a: comunicazione@mmspa.eu.

8) 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:

1. valore economico complessivo della proposta;
2. coerenza e integrazione tra attività pubblica propria dell'evento e quella promozionale dello sponsor.
3. 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.

9) Formalizzazione del rapporto di sponsorizzazione e pagamenti: la formalizzazione del rapporto di sponsorizzazione con la individuazione delle reciproche obbligazioni per sponsor e sponsee avverrà tramite contratto di sponsorizzazione a ciò finalizzato stipulato sotto forma di scrittura privata. Gli elementi del negozio giuridico inerente alla sponsorizzazione (prestazioni dello sponsee, corrispettivo, ecc.) saranno riportati all'interno del contratto stesso.

10) Si informa che il trattamento dei dati personali avverrà in armonia con quanto previsto dal Regolamento UE 679/2016 e che i dati personali forniti e raccolti in occasione del presente procedimento verranno utilizzati esclusivamente in funzione e per i fini del presente procedimento, seguendo i principi di liceità, correttezza, pertinenza e non eccedenza.

Il presente avviso e la ricezione di proposte non comportano per MM alcun obbligo nei confronti dei soggetti interessati, né, per questi ultimi, alcun diritto a qualsivoglia prestazione da parte di MM né alcun impegno nei confronti della Società medesima.

Allegato A

"AVVISO PUBBLICO, AI SENSI DELL'ART. 19 DEL D.LGS 50/2016, PER LA SELEZIONE DI PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE PER LA REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE DI INFORMAZIONE E DIVULGAZIONE DA SVOLGERSI NELL'ANNO 2019 E NEL BIENNIO SUCCESSIVO" PRESENTAZIONE OFFERTA.

Il sottoscritto _____
Nato a _____

Il _____
e residente in via _____
n° _____
in qualità di _____
della ditta/società/associazione _____
con sede in _____
P.I. _____
C.F. _____
Tel/Fax _____
e-mail _____

visto l'avviso in epigrafe riguardante la selezione di proposte di sponsorizzazione per la realizzazione di campagne di informazione e divulgazione da svolgersi nell'anno 2019 e nel biennio successivo.

OFFRE PER L'INIZIATIVA €
(descrizione prestazione offerta in conto sponsorizzazione)

DICHIARA ai sensi e per gli effetti del DPR 445/2000:

- 1. di conoscere ed accettare i termini dell'Avviso pubblico di cui all'oggetto;*
- 2. di impegnarsi, in caso di accettazione da parte di MM dell'offerta presentata, a sottoscrivere il relativo contratto ed a fornire in tempi rapidi i materiali necessari alla realizzazione della sponsorizzazione (logo ed eventuale testo correlato in forma digitale).*

DICHIARA inoltre, ai sensi e per gli effetti del DPR 445/2000:

- 1. di essere in possesso dei requisiti per contrattare con la Pubblica Amministrazione e quindi:*

- *assenza delle cause di esclusione stabilite dall' art. 80 Dlgs 50/2016 e di ogni altra causa di esclusione alla contrattazione o alla stipula di contratti con la pubblica amministrazione;*
- *inesistenza di situazioni pregiudizievoli o limitative della capacità contrattuale;*
- *inesistenza di una delle cause di sospensione, di decadenza o di divieto previste dalla normativa vigente;*
- *inesistenza dell'applicazione di provvedimenti cautelari antimafia o la sottoposizione a misure di prevenzione.*
- *inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);*

***n.b.** per le persone giuridiche: oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.*

Si autorizza il trattamento dei dati personali in armonia con quanto previsto dal Regolamento UE 679/2016.

Si allega copia documento di identità in corso di validità.

Data

Firma