

**AVVISO PUBBLICO, AI SENSI DELL'ART. 19 DEL D.LGS 50/2016, PER LA
SELEZIONE DI PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE FINALIZZATE ALLA
REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE DI INFORMAZIONE E DIVULGAZIONE DA
SVOLGERSI NELL'ANNO 2022 E NEL BIENNIO SUCCESSIVO.**

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

A dicembre 2020 MM ha acquisito la gestione del verde pubblico e da luglio 2021 è diventata affidataria della manutenzione ordinaria degli edifici scolastici del Comune di Milano.

* * *

1) Oggetto

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 (2022-2024):

❖ MUSEO DI IMPRESA 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 salvaguardia dell'ambiente e il contrasto al cambiamento climatico.

La sponsorizzazione è riferita a:

- produzione di materiali divulgativi per le scuole (leaflet, card, brochures, ecc);
- varo di periodiche campagne informative alla cittadinanza;
- supporto al Festival dei Depuratori;
- realizzazione di mostre d'arte e fotografiche;
- produzione e diffusione di gadget per eventi sportivi (borracce in alluminio, t-shirt, cappellini, eccetera), per gli uffici pubblici e le università, per campagne di informazione sull'acqua rivolte alla cittadinanza;
- varo di un palinsesto di iniziative pubbliche (seminari, talk, lectures);
- produzioni artistiche e culturali.

❖ CASE POPOLARI

Attività editoriale:

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 realizzazione editoriale, la stampa e la distribuzione (tiratura prevista 45.000 copie a numero).

Coesione sociale e partecipazione

Il programma 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 migliore coesione sociale, partecipazione, qualità della vita, anche in funzione di presidio del territorio.

Le attività oggetto di sponsorizzazione potrebbero essere alcuni format cittadini oppure iniziative di arte urbana, programmi di sport diffuso, laboratori di cultura locale, iniziative di prossimità organizzate dai Municipi, ecc.

Reti e telesoccorso

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

Percorsi vita

La sponsorizzazione avrà ad oggetto la predisposizione di percorsi vita per l'esercizio del fitness all'aperto e per l'educazione motoria all'interno di complessi residenziali pubblici in città.

Iniziative e touch point informativi nei quartieri popolari

La sponsorizzazione avrà lo scopo di predisporre touch point informativi multicanale per i cittadini, al fine di migliorare l'accesso a informazioni civiche, servizi locali, bandi, opportunità.

Realizzazione di tendostrutture mobili per eventi nei quartieri

La sponsorizzazione avrà lo scopo di realizzare strutture modulari destinate a ospitare eventi o incontri nei quartieri. Ciò a beneficio logistico anche di associazioni, Municipi, Comitati o gruppi informali.

❖ AMBIENTE E VERDE URBANO

La sponsorizzazione avrà lo scopo di realizzare azioni di green marketing e guerrilla marketing; giornate di mobilitazione didattica; podcast e rubriche sulla forestazione urbana, sugli orti urbani, sugli anelli verdi in città; eventi o rassegne di approfondimento scientifico e culturale.

* * *

2) Finalità

La finalità della sponsorizzazione è quella di reperire risorse ulteriori per supportare l'organizzazione degli eventi sopra illustrati.

3) 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.

4) Impegni di MM (sponsee o sponsorizzato)

MM s'impegna a veicolare il nome e il segno distintivo con testo correlato, attraverso gli spazi pubblicitari assegnati ai soggetti individuati come sponsor nel corso degli eventi, negli opuscoli, nei manifesti e nei messaggi riguardanti la diffusione e la comunicazione degli eventi stessi, 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) La veicolazione del nome e/o marchio dello sponsor 'in abbinamento' a quello di MM;
- (ii) La veicolazione del marchio dello sponsor attraverso l'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 deve contemplare:

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.

5) Impegni dello sponsor

I soggetti selezionati quali sponsor saranno obbligati alla corresponsione di un finanziamento a favore di MM e/o alla 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. L'uso di tutte le informazioni e le immagini dello sponsor saranno 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.

6) Foro competente

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

7) 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 in ogni caso superiore a 10.000 euro.

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. 50/2016e 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 suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione qualora:

- 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 reca pregiudizio o un danno all'immagine di MM o alle sue iniziative;
- reputi la proposta inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

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 settembre**. 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 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.

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 ostantive 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.

20 luglio 2022

Allegati:

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

Allegato A

**"AVVISO PUBBLICO, AI SENSI DELL'ART. 19 DEL D.LGS 50/2016, PER LA
SELEZIONE DI PROPOSTE DI SPONSORIZZAZIONE FINALIZZATE ALLA
REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE DI INFORMAZIONE E DIVULGAZIONE DA
SVOLGERSI NELL'ANNO 2022 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 finalizzate alla realizzazione di campagne di informazione e divulgazione da svolgersi nell'anno 2022 e nel biennio successivo

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

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

- di conoscere ed accettare i termini dell'Avviso pubblico di cui all'oggetto;
- 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:

- di essere in possesso dei requisiti per contrattare con la Pubblica Amministrazione e quindi:
 - ✓ assenza delle cause di esclusione stabilite dall' art. 80 D.lgs. 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;
 - ✓ insussistenza 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 leggibile