

REGOLAMENTO DELLE SPESE PER COMUNICAZIONE, SPONSORIZZAZIONI, PARTNERSHIP, EROGAZIONI  
LIBERALI, CONCESSIONE DELL'UTILIZZO DEL LOGO AZIENDALE E SALE AZIENDALI

\*\*\*

approvato con Delibera CDA n. 200 del 10/11/2021  
aggiornamento con Delibera CDA n. 15 del 16/02/2022  
aggiornamento con Delibera CDA n. 145 del 30/11/2022

### **Art. 1. Spese di comunicazione**

1. La competenza sulla decisione delle spese di comunicazione è esclusiva del Consiglio di Amministrazione.
2. Il Consiglio di amministrazione definisce i piani di comunicazione con specifiche deliberazioni.

### **Art. 2. Sponsorizzazioni – Partnership**

1. Le sponsorizzazioni o richieste di partnership sono forme di pubblicità del marchio aziendale e/o dei servizi offerti dall'azienda vincolate da specifici contratti da stipularsi per iscritto, in forma sostanzialmente conforme allo standard contrattuale approvato dalla Direzione.

### **Art. 3. Erogazioni liberali**

1. Le erogazioni liberali consistono nella erogazione di denaro o di beni e/o servizi a titolo gratuito (anche sottoforma di omaggi), ovvero in assenza di una specifica controprestazione, non aventi finalità promozionali.

### **Art. 4. Domanda di sponsorizzazione – partnership e/o di erogazione di liberalità**

1. La competenza sui contratti di sponsorizzazione- partnership e sulle erogazioni liberali, qualsiasi sia il loro importo, è esclusiva del Consiglio di Amministrazione, che decide in proposito previa istruttoria da parte dell'Ufficio competente.
2. Qualora la richiesta di sponsorizzazione-partnership non comporti spesa a carico del budget aziendale, è facoltà del Presidente del Consiglio di amministrazione esprimersi sulla richiesta, previa istruttoria da parte dell'ufficio competente, informando il Consiglio di amministrazione alla prima seduta utile successiva.
3. Sponsorizzazione-partnership ed erogazioni liberali, a titolo oneroso o gratuito, sono concesse, con specifiche deliberazioni motivate, sulle base dei seguenti criteri:
  - a) Le iniziative per le quali si chiede la sponsorizzazione devono avere ricadute sul territorio di competenza di Viacqua. I beneficiari dell'erogazione liberale devono essere residenti o avere sede legale nel medesimo territorio; sono in ogni caso ritenute ammissibili iniziative che abbiano valenza regionale, nazionale o internazionale, anche se i beneficiari hanno sede al di fuori del territorio di Viacqua;
  - b) le iniziative per le quali si chiede la sponsorizzazione devono essere finalizzate a perseguire almeno uno dei seguenti obiettivi:
    - 1) promuovere la formazione e la diffusione di una cultura dell'acqua rivolta alla responsabilizzazione nei confronti delle risorse idriche del territorio e alla promozione del consumo di acqua di rubinetto, con particolare attenzione alle giovani generazioni;
    - 2) collaborare in progetti da realizzarsi con altri enti, pubblici o privati, che gestiscono, tutelano e valorizzano le risorse idriche e promuovono la tutela ambientale;
    - 3) promuovere iniziative che illustrano l'incidenza delle attività della Società nel territorio di riferimento, sia da un punto di vista ambientale che sociale;
    - 4) promuovere progetti educativi collegati ai criteri precedenti e/o per borse di studio e ricerca, da far precedere da avvisi pubblici per individuare le iniziative da finanziare;
    - 5) promuovere, anche in collaborazione con altri soggetti, iniziative per incrementare la sostenibilità delle attività aziendali e del territorio in cui l'azienda opera;

- 6) iniziative che abbiano rilevanti ricadute sul territorio di competenza e garantiscano un ritorno d'immagine a favore della società;
  - 7) promuovere iniziative anche in collaborazione con altri soggetti pubblici e privati, diretti a sostenere il tessuto socioculturale dei comuni soci e/o a promuovere la salute con riferimento all'ambito di competenza di Viacqua.
4. Le richieste di sponsorizzazione-partnership e/o di erogazione liberale proposte e ritenute congruenti con i criteri di cui sopra, saranno valutate solo se compatibili con il budget approvato annualmente dal Consiglio di amministrazione.
  5. Le proposte di sponsorizzazione-partnership saranno valutate dando priorità a quelle provenienti dai Comuni soci.
  6. Sono respinte le richieste di sponsorizzazione – partnership e/o di erogazione liberale qualora in sede di istruttoria emerga:
    - a) un conflitto di interessi tra l'attività della Società e quella del soggetto che riceve la erogazione/sponsorizzazione. Laddove tale ipotesi si manifesti successivamente alla sottoscrizione del contratto, quest'ultimo sarà risolto di diritto; laddove si manifesti successivamente alla erogazione della liberalità, quest'ultima sarà revocata;
    - b) un possibile pregiudizio o danno all'immagine della Società od alle proprie iniziative;
    - c) la non corrispondenza ai criteri predeterminati indicati nel regolamento, il non rientro nelle finalità del proprio oggetto sociale, provenga da un soggetto di cui al successivo punto 7, contenga altri profili di illegittimità.
  7. Sono respinte, in ogni caso, le domande di sponsorizzazione -partnership e/o le erogazioni di liberalità finalizzate alla:
    - a) propaganda di natura politica, sindacale;
    - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, nonché relativa al gioco d'azzardo;
    - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
  8. Non sono in ogni caso ammissibili domande di sponsorizzazione – partnership e/o richieste di erogazioni liberali provenienti da:
    - a) partiti politici;
    - b) organizzazioni sindacali o di patronato;
    - c) movimenti che svolgono attività di propaganda politica;
    - d) enti i cui rappresentanti legali o esecutori del progetto con altre funzioni di vertice o direttive nell'ente sono dipendenti della Società, componenti dell'organo amministrativo, del collegio sindacale o dell'organo di vigilanza, consulenti, collaboratori, fornitori o dipendenti di fornitori della Società il cui contratto è in corso di svolgimento.

#### **Art. 5. Utilizzo delle sale aziendali**

1. Può costituire oggetto di concessione in uso ai soci la Sala convegni situata al piano terra c/o sede di Viale dell'Industria 23 Vicenza (Sala Bottio).
2. La richiesta di utilizzo, predisposta secondo il modello approvato dalla Direzione, deve essere inviata alla Società almeno 10 giorni prima della data effettiva di utilizzo, indicando:

- a) la data, l'ora e la durata prevista di utilizzo;
  - b) la natura e l'oggetto dell'incontro;
  - c) l'indicazione richiedente, la persona fisica responsabile e un suo recapito telefonico.
3. Sono respinte, in ogni caso, le domande che comportino un utilizzo della sede per attività di:
- a) propaganda di natura politica, sindacale;
  - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, nonché relativa al gioco d'azzardo;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
4. L'utilizzo della sala deve avvenire nel rispetto del decoro, dei limiti di capienza massima fissati dalla Società,
5. Per l'utilizzo della sala viene richiesto un contributo di € 120 per l'utilizzo di mezza giornata (fascia oraria 8.00-13.00 oppure fascia oraria 14.00 – 19.00) e di € 200 per l'intera giornata (fascia oraria 8.00-19.00). Per richieste di utilizzo inferiore alle 5 ore, verrà richiesto l'importo di € 120.
6. Sulla richiesta si esprime il Direttore Generale, sentito il Presidente e previa istruttoria dell'Ufficio competente.
7. L'utilizzo da parte di soggetti esterni di altre sale aziendali (es: sala convegni presso Sorgenti del Bacchiglione) verrà disciplinata da altro specifico regolamento.

#### **Art. 6. Utilizzo del logo aziendale**

1. Le richieste di utilizzo del logo aziendale, laddove, non siano associate ad una richiesta di sponsorizzazione-partnership e/o di liberalità devono pervenire complete di tutte le informazioni necessarie all'Ufficio competente, almeno 20 giorni prima della data di pubblicazione del materiale divulgativo o della data prevista di divulgazione del logo.
2. Il Presidente del Consiglio di Amministrazione decide sulla concessione del logo, previa istruttoria da parte dell'Ufficio competente, informando il Consiglio di amministrazione alla prima seduta utile successiva.
3. I criteri di ammissione all'utilizzo del logo aziendale sono quelli definiti all'art. 4 del presente Regolamento.
4. Viacqua si riserva il diritto di verificare preliminarmente le bozze di stampa o di pubblicazione dei contenuti associati al logo aziendale e di concedere la formale autorizzazione solo ad esito positivo di tale verifica.

#### **Art. 7. Uso improprio del logo aziendale**

1. Viacqua si riserva la facoltà di esperire ogni azione legale a tutela della propria immagine, anche attraverso la richiesta di risarcimento di danni, in caso di utilizzo improprio del logo, in assenza di autorizzazione o in violazione delle prescrizioni in essa contenute.

#### **Art. 8. Disposizioni finali**

1. Il presente regolamento entra in vigore alla data della deliberazione che lo approva. Il presente regolamento sostituisce qualsiasi altra norma aziendale che sia incompatibile con il contenuto dello stesso che, per l'effetto, si considera l'unica disciplina vigente.