

**AVVISO PUBBLICO PER LA RICERCA DI SPONSORIZZAZIONI
PER L'ATTIVITA' ISTITUZIONALE E LA PROGRAMMAZIONE
DEL MUSE - MUSEO DELLE SCIENZE DI TRENTO**

Premesse

Il MUSE - Museo delle Scienze di Trento (di seguito, MUSE o Museo), con sede in Trento (Italia), Corso del Lavoro e della Scienza 3, 38122 Trento, per tramite della propria Direzione, con il presente Avviso pubblico, intende procedere alla ricerca di sponsorizzazioni per il sostegno alla propria attività istituzionale e programmazione, secondo quanto prescritto dal D. Lgs. 36/2023 e ss.mm.ii (in particolare, art. 134).

Le proposte di sponsorizzazione pervenute e ritenute ammissibili saranno oggetto di successiva valutazione a cura della Direzione, la quale, in relazione all'oggetto ed alla forma di sponsorizzazione proposta, potrà dare seguito positivo con la sottoscrizione di un contratto di sponsorizzazione (anche in forma di accordo di collaborazione o prestazione di servizi).

Al fine di assicurare maggiore diffusione all'iniziativa e allo scopo di perseguire politiche di maggior risparmio e di reperimento di ulteriori fonti di finanziamento, il MUSE si riserva di produrre ed inviare, tramite proprio personale interno o incaricati dalla Direzione, presentazioni dedicate a potenziali Sponsor per specifiche iniziative o programmi di intervento.

Art. 1 - Promotore

1. Il MUSE, per tramite della propria Direzione, assume il ruolo di Soggetto promotore (di seguito indicato anche come Sponsee) di questa operazione di raccolta fondi tramite sponsorizzazioni.

Art. 2 - Destinatari

1. L'Avviso è rivolto a soggetti pubblici o privati (persone fisiche o giuridiche), associazioni senza scopo di lucro o altri soggetti, in possesso dei requisiti di ordine generale di cui agli art. 66, 94, 95, 97 e 100 del D. Lgs. 36/2023 richiamati dall'art. 134 del medesimo D. Lgs. 36/2023 per contrarre con una Pubblica Amministrazione (di seguito indicati anche come Sponsor o Soggetti proponenti).

2. Possono presentare una proposta di sponsorizzazione i legali rappresentanti o i delegati alla firma (a titolo esemplificativo, Direttori, Dirigenti, Quadri, etc.) ovvero anche procuratori, collettori di sponsor, agenzie di comunicazione o pubblicità, media center, opportunamente autorizzati.

3. Sono altresì ammessi a partecipare i consorzi stabili e gli operatori temporaneamente riuniti in ATI (Associazione Temporanea d'Impresa). In tal caso la proposta di sponsorizzazione dovrà essere presentata dal legale rappresentate del consorzio o dall'associazione.

Art. 3 - Oggetto

1. Le attività oggetto di sponsorizzazione possono riguardare:

- a) supporto ad ambienti o spazi della sede centrale del MUSE, delle sedi territoriali del proprio network o delle sedi associate/convenzionate o delle sedi toccate dalle iniziative della programmazione (a titolo esemplificativo: Giardino Botanico del Monte Bondone, Museo delle Palafitte del Lago di Ledro, Museo Geologico di Predazzo, MAXI OOH, MUSE FabLab, MUSE H2O, Labirinto della Diversità, Serra Tropicale, Ghiacciaio, Palestra della Scienza, Acquari, Orti del MUSE, etc.);
- b) supporto a eventi e attività sporadiche o ricorrenti della programmazione del MUSE, compresi i programmi destinati all'infanzia e alle nuove generazioni, nella sede centrale o nelle sedi territoriali del proprio network;
- c) supporto ad allestimenti o progetti espositivi direttamente prodotti o ospitati negli spazi del MUSE o in spazi convenzionati o concordati con il MUSE, che prevedano la curatela scientifica del MUSE stesso;
- d) supporto a progetti di ricerca scientifica e/o collegati ad operazioni di ricerca nazionali ed internazionali, cui il MUSE partecipa da partner o da ente capofila;
- e) supporto a temi di interesse generale e trasversali alla programmazione del Museo (a titolo esemplificativo: sostenibilità, 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile, economia circolare, digital innovation, etc.);
- f) supporto all'intervento di riqualificazione degli spazi interni al Museo e della collezione permanente (in particolar modo, il Piano +1, cosiddetta "Galleria dell'innovazione sostenibile" e annessi spazi, denominati Science Café, Spazio Planetario, Aule didattiche e FabLab), in riferimento alla tematica dello Sviluppo Sostenibile e alle sue declinazioni nei termini di classificazioni (ad es. 17 Goal-SDG dell'Agenda 2030); tale progettualità, sviluppabile negli anni 2021, 2022 e 2023, sarà passibile di sviluppi trasversali, dal Settore della Mediazione Culturale (con allestimento di ulteriori spazi in termini permanenti, ad es. Galleria del DNA al piano -1, o iniziative temporanee, ad. es. Mostra sulla mobilità sostenibile al piano +2), al Settore Audience Development, Servizi tecnici, Servizi educativi, Comunicazione istituzionale;
- g) supporto al Programma inter-settoriale Antropocene del MUSE, specialmente in merito al filone di sperimentazione e approfondimento di Arte e Scienza e delle annesse attività di esposizione, promozione, divulgazione e disseminazione, realizzate negli spazi del Museo;
- h) abbinamento al Programma di rinnovo delle sale espositive del MUSE e della propria collezione permanente, con il seguente cronoprogramma di interventi e di riaperture nel corso del triennio 2026/2028 (salvo variazioni in corso d'opera):
 - anno 2026: Piano +4 (Ghiacciaio) e Piano +2 (Protezione Civile);
 - anno 2027: Piano +3 (Biodiversità e Discovery) e Piano +2 (Dolomiti);
 - anno 2028: Piani -1 (Preistoria e DNA) e Piano +1 (Sostenibilità e FabLab)e delle annesse attività di esposizione, promozione, divulgazione e disseminazione sui relativi tematismi di interesse e di approfondimento.

2. Sono altresì ammesse ulteriori proposte di sponsorizzazioni aventi per oggetto un contenuto non menzionato in questo elenco, purché ritenuto valido dalla Direzione del MUSE.

Art. 4 – Impegni dello Sponsor

1. Le proposte di sponsorizzazione possono prevedere impegni dello Sponsor a favore del MUSE:
 - di natura finanziaria, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento di corrispettivi;
 - di natura tecnica (anche parziale), mediante erogazione diretta o indiretta di prodotti o servizi, o esecuzione di lavori.
2. Per la sponsorizzazione tecnica lo Sponsor dovrà dimostrare il possesso dei requisiti di qualificazione tecnico-organizzativa per l'esecuzione dei lavori, forniture e servizi oggetto di sponsorizzazione, ivi compresi quelli dei progettisti o di eventuali terzi esecutori (art. 134 comma 4 del D. Lgs. 36/2023).
3. Nella proposta di sponsorizzazione tecnica dovrà essere indicato il "valore normale" della dazione di lavoro o della fornitura di beni e servizi. Ai fini del presente Avviso, per "valore normale" si intende il prezzo o il corrispettivo mediamente praticato per beni e servizi della stessa specie o similari, in condizioni di libera concorrenza e al medesimo stadio di commercializzazione, nel tempo e nel luogo in cui i beni o i servizi sono stati acquisiti o prestati e, in mancanza, nel tempo e nel luogo più prossimi.
4. Nella valutazione complessiva della proposta di sponsorizzazione, la Direzione terrà altresì conto degli eventuali contributi aventi carattere di liberalità già effettuati o da effettuarsi da parte dei soggetti che concorrono come Sponsor.

Art. 5 - Impegni dello Sponsee

1. In relazione al valore ed alle caratteristiche della sponsorizzazione proposta, gli impegni del Museo sono costituiti da uno o più benefici o possibilità per lo Sponsor di ottenere vantaggi dalla sponsorizzazione (cosiddetti benefit). A titolo indicativo e non esaustivo, per le sponsorizzazioni oggetto del presente Avviso si propongono i seguenti benefit:
 - a) ritorno di immagine mediante associazione del proprio logo, marchio e/o ragione sociale nei formati di comunicazione cartacei e digitali;
 - b) visibilità del proprio logo, marchio e/o ragione sociale all'interno di pubblicità ambientali, materiali o supporti in loco, inserzioni su giornali, riviste, periodici ed emittenti radiotelevisive, redazionali;
 - c) menzione, ringraziamento, partecipazione o intervento alle conferenze stampa o alle anteprime;
 - d) ritorno di immagine nei comunicati stampa correlati agli eventi di inaugurazione o promozione;
 - e) possibilità di organizzare una conferenza stampa o un evento dedicato anche di stampo aziendale, con la partecipazione di relatori individuati dal Museo;
 - f) partecipazione ad eventi speciali, esclusivi, di gala o di beneficenza legati alla programmazione del Museo;
 - g) accesso agevolato ed esclusivo agli eventi speciali organizzati dal MUSE o da soggetti da esso incaricati;

- h) possibilità di utilizzare, in tutto o in parte, gli spazi del Museo o del suo network per eventi privati, aziendali e/o commerciali oppure per attività di sampling, degustazione, test e altre modalità di interazione con clienti e visitatori;
- i) possibilità di distribuire o promuovere, in uno o più spazi, in specifiche occasioni o in forma continuativa, prodotti/servizi o formati pubblicitari, commerciali o informativi del proprio prodotto/servizio;
- j) possibilità di dedicare iniziative di animazione, divulgazione e fruizione in esclusiva per i dipendenti, clienti, fornitori, referenti, reti commerciali, rivenditori dello Sponsor.
- k) possibilità di avere un numero di ingressi e/o visite, variabile a seconda della proposta di sponsorizzazione, per l'accesso agli spazi del Museo o a specifiche iniziative;
- l) possibilità di figurare sui canali social o digital del MUSE, a titolo esemplificativo: pagina o profilo su social network, newsletter, sito web, ecc.;
- m) possibilità di utilizzare e promuovere lo status di Sponsor attraverso propri canali di promozione, CSR Corporate Social Responsibility e marketing;
- n) possibilità di figurare su report scientifici o pubblicazioni redazionali in merito all'apporto su progetti di ricerca;
- o) possibilità di personalizzare supporti o indumenti o utilities per ricercatori e operatori del Museo, anche in sede di trasferte o ricerche sul campo.

2. Tutti i materiali promozionali utilizzati dallo Sponsor per incrementare la propria visibilità o rappresentanza nell'ambito della sponsorizzazione sono considerati oneri e responsabilità in capo allo Sponsor.

3. La Direzione potrà disporre forme di gradazione e differenziazione delle proprie controprestazioni (benefit), modulandole in relazione alle proposte di sponsorizzazione, oppure potranno indicare forme di controprestazione diverse da quelle proposte, qualora ritenute più adeguate alle caratteristiche della sponsorizzazione.

Art. 6 - Motivi di esclusione

1. Sono esclusi dalla possibilità di effettuare sponsorizzazioni i soggetti che, alla data di presentazione della proposta e/o di stipula del contratto:

- a) possano risultare in contrasto con gli interessi pubblici sottesi alla mission e alla programmazione del Museo;
- b) possano presentare conflitti di interesse tra l'attività istituzionale del Museo e quella privata dello Sponsor;
- c) possano arrecare qualsivoglia pregiudizio e/o danno all'immagine del Museo o di conflitto con le iniziative ed i valori da questo promosse;
- d) possano presentare condizioni pregiudizievoli o limitative della capacità di contrattare o di relazionarsi giuridicamente con il Museo;
- e) rientrino nelle cause di esclusione di cui agli art. 94, 95, 97 del D. Lgs. 36/2023 per contrarre con una Pubblica Amministrazione

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi per finalità:

- a) propaganda di natura politica, sindacale e/o religiosa;

- b) messaggi di natura discriminatoria, sessista, o comunque lesivi della dignità umana e dell'etica pubblica;
- c) messaggi comportanti promozione o valorizzazione di comportamenti nocivi alla salute pubblica.

3. La Direzione, a proprio insindacabile giudizio, si riserva di non accettare proposte che, per l'attività svolta dallo Sponsor o per messaggi da esso veicolati, siano ritenute incompatibili con la funzione pubblica e/o istituzionale del Museo o non siano ritenute coerenti con le finalità dell'iniziativa o con lo status o il valore dell'iniziativa o dello spazio, oggetto di sponsorizzazione.

Art. 7 - Contenuto delle proposte

1. La sponsorizzazione delle iniziative del MUSE avviene previa presentazione di una proposta di sponsorizzazione per iscritto da parte dei soggetti designati all'articolo 2 come potenziali Sponsor.

2. La proposta di sponsorizzazione dovrà contenere le seguenti informazioni (eventualmente perfezionabili o integrate in fase di stipula di contratto):

- a) dati anagrafici e fiscali
- b) assenza di profili di incompatibilità o conflitto di interesse (art. 94, 95, 97 del D. Lgs. 36/2023);
- c) descrizione dell'attività e/o della categoria merceologica dal soggetto proponente;
- d) indicazione dell'iniziativa oggetto della sponsorizzazione;
- e) forma di sponsorizzazione scelta;
- f) prodotti o servizi intesi come benefit e/o corrispettivi della sponsorizzazione;
- g) durata della sponsorizzazione;
- h) valore della sponsorizzazione;
- i) in caso di sponsorizzazione tecnica o mista: descrizione dei lavori, dei servizi o beni proposti.

3. Le proposte di sponsorizzazione non sono da considerarsi vincolanti per lo Sponsor o per lo Sponsee fino alla avvenuta sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione.

4. Il soggetto proponente non avrà diritto ad alcun compenso o indennizzo per quanto prodotto o speso mediante la partecipazione alla procedura di cui al presente Avviso, ancorché conclusa o meno con la sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione.

5. Si potrà procedere alla scelta dello Sponsor ed alla conferma della sponsorizzazione anche in presenza di una sola proposta per la specifica iniziativa.

Art. 8 - Modalità di presentazione e valutazione delle proposte

1. Le proposte di sponsorizzazione possono essere presentate a partire dalla data di pubblicazione del presente Avviso.

2. Le proposte di sponsorizzazioni saranno valutate dalla Direzione, che si impegna a comunicare ai potenziali Sponsor l'esito della propria valutazione sia in senso positivo che negativo.
3. A far data da 30 giorni dopo la pubblicazione del presente Avviso, la Direzione potrà contrattare liberamente con i Soggetti proponenti.
4. La Direzione opera un giudizio circa le proposte pervenute, tenendo conto dei seguenti parametri:
 - a) oggetto e forma di sponsorizzazione;
 - b) valore economico della sponsorizzazione economica o valore normale della sponsorizzazione tecnica;
 - c) tipologia di benefit richiesti;
 - d) durata della sponsorizzazione;
 - e) grado di compatibilità della proposta con le iniziative oggetto della sponsorizzazione.
5. Qualora dovessero contestualmente pervenire proposte di sponsorizzazione in diretta concorrenza tra di loro e/o in conflitto merceologico o tecnico, la Direzione, dopo aver escluso la possibilità di una coesistenza delle proposte, si riserva di avviare, nel rispetto dei principi di trasparenza e parità di trattamento, una procedura negoziata di carattere concorrenziale, ovvero di aggiudicare il contratto di sponsorizzazione con riferimento al criterio cronologico di presentazione della proposta.

Art. 9 – Contratto di sponsorizzazione

1. La Direzione procede all'aggiudicazione della sponsorizzazione e alla redazione del relativo contratto riprendendo i contenuti e le modalità già espresse dalla proposta di cui all'art. 7 ed eventualmente integrandole con informazioni oggetto di una procedura negoziale.

Art. 10 - Validità

1. Il presente Avviso, riguardando l'attività istituzionale e la programmazione del Museo, è valido a far data dalla pubblicazione, senza alcuna scadenza prefissata.
2. Potranno essere prodotti Allegati a detto Avviso per presentare in maniera più dettagliata specifiche iniziative potenzialmente oggetto di sponsorizzazione, che ne diventeranno parte integrante e sostanziale.
3. Il presente Avviso sarà pubblicato sul portale web del MUSE nell'apposita sezione Amministrazione Trasparente.

Art. 11 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in attuazione del presente Avviso saranno trattati esclusivamente per le finalità previste dallo stesso. A tal proposito, ai sensi del D. Lgs. 196/2003 e del Regolamento

europeo 2016/679 (GDPR), i soggetti destinatari del presente Avviso prestano il proprio consenso al trattamento dei dati personali.

2. Titolare del trattamento dei dati è il MUSE nella persona del Direttore che ha facoltà di nominare uno o più responsabili in conformità alla legge citata.

3. I dati saranno trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici nonché da qualsiasi dipendente, collaboratore e/o incaricato da detta Direzione all'utilizzo degli stessi, sempre in funzione dell'applicazione delle procedure indicate dal presente Avviso.

Art. 12 - Informazioni

1. I soggetti interessati possono richiedere ulteriori informazioni a:

Settore Membership & Fundraising del MUSE - Ufficio Organizzazione risorse umane e servizi diversi di gestione

<https://www.muse.it/it/partecipa/muse-e-aziende/Pagine/Il-muse-e-le-aziende.aspx>