

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI.

Approvato con delibera di C.C. n. 51 del 31.10.2006

ART.1

Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività gestionali di sponsorizzazione che il Comune attiva in attuazione dell'art.43, della Legge 27 dicembre 1997, n.449, dell'articolo 119 del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267 e della normativa esistente in materia.
2. Le iniziative di sponsorizzazione incentivano e promuovono una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, realizzano maggiori economie di spesa e una migliore qualità nei servizi erogati alla collettività.
3. Il presente regolamento ha lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri d'efficienza, efficacia e trasparenza.

ART.2

Ambito d'applicazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati (società di persone e di capitali, imprese individuali, etc.) ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con appositi convenzionamenti.
2. Il Comune può assumere, nell'ambito di un'iniziativa di sponsorizzazione, sia la posizione di sponsee allo scopo di realizzare un beneficio in termini di maggiori entrate per l'Ente o di minori costi connessi alle iniziative attivate, sia in posizione di sponsor qualora ritenga fondamentale la divulgazione della propria immagine in relazione all'organizzazione e alla gestione, da parte di un soggetto privato, di un evento significativo e rilevante in termini di interesse pubblico.

ART.3

Definizione

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a. Per contratto di sponsorizzazione: un contratto atipico e bilaterale mediante il quale una parte si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative, a diffondere, tramite prestazioni di veicolazione, il nome, il logo, i marchi, i prodotti o altri messaggi di un soggetto terzo che si obbliga a fornire una determinata prestazione quale corrispettivo.
- b. Per accordo di collaborazione : uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale mediante il quale vengono regolati le forme e modalità di coinvolgimento delle parti nella ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
- c. Per sponsorizzazione: ogni contributo che può consistere in una somma di denaro, nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi, nella realizzazione di opere pubbliche e/o di interesse pubblico "chiavi in mano" o, comunque, in altre utilità provenienti da terzi o messi a disposizione a favore di terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, i marchi, i prodotti del soggetto di volta in volta denominato sponsor;

d. Per sponsor: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale in cambio della veicolazione del proprio nome nell'ambito di una iniziativa attuata dallo sponsee al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;

e. Per sponsee: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello sponsor.

ART.4

Contenuto

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione dell'Ente.
2. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:
 - a. la fornitura del materiale/attrezzature;
 - b. la gestione di un'opera/area;
 - c. la realizzazione di un'opera o lavoro;
 - d. la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
 - e. la fornitura di un contributo in denaro: a tal fine sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contratti di sponsorizzazione.
3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
 - a. concessione a terzi dell'utilizzo del logo e dei marchi del Comune allo scopo di sfruttare il valore commerciale che gli stessi possono assumere;
 - b. sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali;
 - c. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori ecc...);
 - d. utilizzo ai fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, cedolini stipendi, bollette, carta intestata, buste, sito internet, ecc...);
 - e. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi o servizi diversi;
 - f. fornitura di beni con particolare riferimento ad attrezzature informatiche di vario genere, sia hardware che software con/senza prestazioni di servizio, alla fornitura di arredo urbano compreso l'acquisto di mezzi per la gestione dello stesso, ecc...;
 - g. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche, con possibilità di consegna di opere pubbliche e/o di interesse pubblico "chiavi in mano";
 - h. bollettazione;
 - i. la realizzazione di mostre, concerti e spettacoli;
 - j. la realizzazione di siti internet,
 - k. la gestione di sportelli informagiovani, marketing e promozione territoriale;
 - l. l'esecuzione di lavori in concessione, l'acquisto di mezzi di trasporto pubblico, la realizzazione di impianti sportivi;

- m. il restauro di beni architettonici e monumentali, il recupero di opere d'arte e/o archivi storici;
- n. attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione di massa, l'assistenza agli uffici di staff e l'ufficio stampa, la realizzazione di periodici e programma televisivi.

ART.5

Vincoli

1. Le iniziative supportate tramite sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione:
 - a. devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
 - b. devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - c. devono essere consone e compatibili alla natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità del medesimo;
 - d. devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrate.
2. Gli strumenti di attuazione delle sponsorizzazioni non devono essere in contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti.

ART.6

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. La Giunta Comunale formula in corso d'anno indirizzi specifici al Dirigente o al Capo Settore competente per l'attivazione d'iniziativa di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
2. Il Dirigente o il Capo Settore provvederà ad elaborare i programmi e i progetti per i quali si può fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nonché la loro quantificazione economico-finanziaria necessaria.

ART.7

Iniziativa diretta o per azione di terzi

1. La gestione delle sponsorizzazioni nelle quali il Comune assume la qualifica di sponsee, è effettuata direttamente dalla Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. La sponsorizzazione può avere origine:
 - a. ad iniziativa del Comune attraverso la pubblicazione di un avviso pubblico;
 - b. ad iniziativa associazioni, senza fini di lucro;
 - c. ad iniziativa di persone fisiche e persone giuridiche
3. I soggetti, a titolo esemplificativo enti pubblici e privati, società, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini, con i quali è possibile attivare i contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione possono essere tutti quelli che in relazione alla loro attività si occupano di problematiche che escludono ogni forma di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

ART.8

Procedura di sponsorizzazione ad iniziativa diretta del Comune

1. Il Direttore Generale, il Dirigente o Capo Settore, in relazione a singoli progetti, in funzione della entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un bando, eventualmente indicando a priori le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.
2. All'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, e mediante altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti elementi:

- a. l'oggetto del contratto e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- b. gli obiettivi che si mira con il contratto di sponsorizzazione;
- c. le potenzialità di marketing che l'iniziativa sponsorizzata può creare a favore dello sponsor;
- d. le obbligazioni che lo sponsee garantisce allo sponsor in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda, cc.);
- e. il limite dello sfruttamento dell'immagine dello sponsor a fini pubblicitari;
- f. la previsione di eventuali benefit e di eventuali diritti di esclusiva;
- g. il valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;
- h. le modalità e i termini di presentazione delle offerte di sponsorizzazione;
- i. le modalità e i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione;
- j. le modalità di stipula del contratto;
- k. la durata e il valore del contratto;
- l. eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
- m. disciplina di eventuali contenziosi e cause di recesso.

ART.9

Criteri di selezione

1. Per ogni bando saranno fissati i criteri di selezione che dovranno rispondere di norma ai seguenti principi generali:

a. il contratto sarà stipulato con la Ditta che avrà presentato l'offerta economica più vantaggiosa secondo parametri predefiniti in fase di redazione del bando.

b. nel caso che più Ditte offrano il totale di quanto richiesto, il contratto riguarderà le stesse Ditte in maniera paritetica, previo assenso delle stesse. In tal caso, l'importo totale sarà suddiviso in parti uguali poste a carico delle ditte che accetteranno o potrà essere effettuata una trattativa diretta con le ditte interessate.

c. in linea generale, può essere anche consentito un criterio secondo il quale più Ditte possono essere coinvolte proporzionalmente al contributo richiesto; in tal caso l'invito specificherà il numero massimo di Ditte che potranno essere coinvolte.

d. è facoltà della parte pubblica, in relazione a singoli progetti, fissare criteri particolari di selezione.

2. Si applicano, per quanto compatibili, le norme in materia contrattuale.

ART.10

Contenuti dell'offerta

1. L'offerta, corredata di autocertificazione attestante il possesso dei requisiti a contrarre con la Pubblica Amministrazione, è presentata in forma scritta secondo le modalità dettagliate nell'avviso di sponsorizzazione.
2. Nell'offerta sono indicate, di regola:
 - a. le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche che si intendono sponsorizzare;
 - b. il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione determinato secondo le modalità indicate nell'avviso;
- c. l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione;
- d. il contenuto del messaggio pubblicitario che costituirà oggetto del contratto o l'impegno, da parte dello sponsor, ad informare preventivamente, con

adeguato preavviso, il Comune sul contenuto del messaggio pubblicitario che egli intenderà utilizzare ai fini della sponsorizzazione.

- e. l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
- f. la dichiarazione espressa di assunzione diretta di responsabilità in merito agli adempimenti contrattuali.

ART.11

Esame e valutazione delle offerte.

1. Le offerte pervenute sono valutate secondo le modalità e i criteri fissati nell'avviso di sponsorizzazione.

ART.12

Diritto di rifiuto

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare le offerte di sponsorizzazione che facciano riferimento ad un messaggio pubblicitario il cui contenuto non risulti conforme ai criteri generali di cui al presente regolamento.
2. In particolare possono essere escluse offerte inerenti a messaggio pubblicitari in contrasto con le finalità dell'Ente, il programma politico amministrativo di mandato, l'interesse degli utenti, i messaggi di contenuto politico o che contengano informazioni contrarie all'ordine pubblico, al buon costume, ingannevoli, pregiudizievoli per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori.

ART.13

Affidamento dell'incarico

1. La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal competente responsabile, il quale, prendendo atto delle risultanze del confronto concorrenziale, opera le necessarie variazioni di bilancio in relazione all'attuazione dell'iniziativa di sponsorizzazione.
2. Il vincolo contrattuale obbligatorio s'instaura con la sottoscrizione del contratto.

ART.14

Procedura di sponsorizzazione su azione di terzi

1. Qualora l'iniziativa di sponsorizzazione muova su iniziativa di soggetti terzi all'Amministrazione, i quali offrano spontaneamente beni, servizi, opere pubbliche e/o di interesse pubblico o, comunque, altre utilità, o quanto altro ritenuto necessario a rendere un servizio al cittadino, il Comune garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative.
2. Nei casi di comprovata urgenza e/o necessità, la Giunta comunale può autorizzare, previa istruttoria degli effettivi benefici, la redazione del contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione.

ART.15

Il negozio unilaterale

1. Le sponsorizzazioni, offerte o proposte da privati (persone fisiche e persone giuridiche), società o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie dove il ritorno di natura pubblicitaria è tenue e prevale l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali con la prevalenza di profili di cosiddetto mecenatismo da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta.

ART.16

Il Comune quale sponsor

1. Il Comune può assumere, nelle iniziative di sponsorizzazione, anche la veste di sponsor veicolando il proprio nome presso il pubblico attraverso il sostegno, finanziario o di altra natura, di particolari manifestazioni od iniziative di carattere socio-culturale o sportivo o di promozione dell'immagine del Comune, ideati e organizzati da soggetti provati o da associazioni senza fini di lucro, ritenuti di volta in volta rilevanti ai fini del raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sociale, civile e culturale dei cittadini.
2. Le iniziative di cui al comma 1, devono essere effettuate nel rispetto e in relazione al vigente regolamento sui contributi.

ART.17

Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor

1. Il Comune può, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni, ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario o ad altro soggetto pubblico e/o privato specializzato.
2. In tale eventualità, l'affidatario è scelto con procedura ad evidenza pubblica.

ART.18

Aspetti contabili e fiscali

1. Le risorse individuate come maggiori entrate sono contabilizzate tra le Entrate Extratributarie, al Titolo III°, categoria "Proventi diversi".
2. Le risorse individuate, quali minori spese sono, comunque, contabilizzate a bilancio in Entrata e in Uscita per pari importo, al fine di consentire regolarizzo contabile e rispetto della normativa fiscale.
3. Le risorse individuate, come minori spese e consistenti nella fornitura da parte dello sponsor di beni ammortizzabili, sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto d'ammortamento economico.
4. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono, altresì, contabilizzate nel rendiconto, nel rispetto delle normative e dei principi contabili vigenti.
5. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette (IVA, ecc.) e sui tributi locali (TOSAP, ecc.) per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
6. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore del servizio o del bene, soggetta all'IVA e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.

ART.19

Sorveglianza e vigilanza sulle opere pubbliche

1. Le disposizioni della Legge 109/1994 e del T.U. 163/2006 (Codice dei contratti pubblici di lavori, servizi e forniture), ad esclusione dell'articolo 8 della Legge 109/1994 e dell'art. 40 del D.Lgs. 163/2006, non si applicano ai contratti di sponsorizzazione di cui all'articolo 119, del Testo Unico di cui al Decreto Legislativo n.267/2000, di cui all'articolo 43, della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, di cui all'art. 26 del D.Lgs. 163/2006 ovvero ai contratti a questi ultimi assimilabili, ivi compresi gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti alle disposizioni di tutela di cui al Titolo I del Testo Unico delle disposizioni legislative in materia di

beni culturali ed ambientali, di cui al decreto legislativo 29 ottobre 1999, n. 490.

2. Le attività di esecuzione di opere pubbliche effettuate attraverso sponsorizzazioni possono essere realizzate esclusivamente da soggetti esecutori qualificati ai sensi del D.P.R. n. 34/2000.
3. Potranno, inoltre, essere eseguite le attività di progettazione, direzione lavori e collaudo di opere pubbliche ed assimilate da parte di professionisti abilitati, ai sensi della normativa vigente.
4. La realizzazione di tali attività è soggetta a sorveglianza e vigilanza da parte del competente Settore comunale al fine di garantire la qualità delle lavorazioni effettuate in relazione alla natura pubblica dei beni interessati agli interventi.

ART.20

Verifiche e controlli

1. Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Settore comunale competente, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni convenute nel contratto.

ART.21

Divieti

1. Non potrà farsi ricorso al contratto di sponsorizzazione:
 - a) per la gestione di servizi pubblici essenziali;
 - b) per i servizi espletati a garanzia di diritti fondamentali dei cittadini;
 - c) per i servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferiti alla persona.

ART.22

Rinvio

1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge vigenti in materia oggetto del contratto di sponsorizzazione riferita ai diversi settori d'intervento.

ART.23

Disposizioni finali

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che, comunque, risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.
2. Il presente regolamento diventa efficace dopo il quindicesimo giorno dalla sua pubblicazione all'Albo pretorio