

Approvato con D.C.C. n. 15 del 30/03/2015

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Articolo 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali approvato con D. Lgs. 18.8.2000, n. 267, la procedura delle sponsorizzazioni per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.
2. Sono escluse dalla disciplina del presente regolamento le erogazioni liberali, anche modali, in danaro, beni e servizi, fatte a favore del Comune da enti, soggetti imprenditoriali e privati, per lo svolgimento dei suoi compiti istituzionali; a dette fattispecie si applicano le norme del codice civile e le altre disposizioni di legge in vigore.

Articolo 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente contratto si intende:
 - a) per contratto di sponsorizzazione (di seguito denominato “contratto”) un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione comunale (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative ed altro, ad un terzo (sponsor) – che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in danaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito – la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal contratto;
 - b) per sponsorizzazione ogni corrispettivo in danaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali e/o in servizi) diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti o servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
 - c) per sponsor il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'impresa, l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d) per sponsee il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione comunale;
 - e) per spazio pubblicitario lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Articolo 3 – Il Comune come sponsee

Il Comune di Gossolengo può avvalersi di sponsorizzazioni per il conseguimento di finalità di interesse pubblico, assumendo la veste di sponsee.

Le iniziative interessate dalle procedure di sponsorizzazione vengono individuate dalla Giunta con atto deliberativo.

La Giunta Comunale individua anche le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione

Le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui al presente articolo sono demandate alla competenza del dirigente del Settore competente o di competenza prevalente.

Articolo 4 – Condizioni

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento di pubblico interesse;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento dei vantaggi di cui all'art. 5.

Articolo 5 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente;

il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

La sponsorizzazione può realizzarsi a titolo esemplificativo ma non esaustivo attraverso le seguenti iniziative:

- eventi e manifestazioni di carattere culturale, sportivo, ambientale, sociale e di promozione turistica per i quali vengono stampati inviti, volantini, manifesti e opuscoli divulgativi a cura del Comune
- utilizzo di spazi su documentazione del Comune(materiale divulgativo, pubblicazioni, carta intestata, buste intestate etc,
- utilizzo di spazi all' interno della sede comunale (bacheche etc)
- utilizzo di spazi pubblicitari affissionali identificati dal Comune

Articolo 6 – Procedure di selezione dello sponsor

1-La ricerca dello sponsor da parte dell'Amministrazione è effettuata tramite gara informale preceduta da apposito avviso

2-La gara informale è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso all'Albo pretorio, all'inserimento nel sito internet del Comune e, comunque, da adeguate forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti, al fine di stimolare l'interesse dei privati a conoscere o ad assumere la sponsorizzazione di cui trattasi.

3-Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili e degli eventi che si prevede di realizzare, l'Amministrazione può predisporre apposito avviso pubblico annuale per conseguire il finanziamento relativo agli eventi che siano programmabili all'inizio dell'anno.

4-L'avviso di cui ai commi 2 e 3 reca in particolare:

- l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa culturale oggetto di sponsorizzazione;
- l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
- le modalità e i termini della presentazione dell'offerta;
- l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione.

5-Ove pervenga all'Amministrazione, da parte di un soggetto sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata di un determinato evento, l'Amministrazione stessa, valutatane

l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predisporre apposito avviso pubblico che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procede, tramite selezione delle proposte pervenute, alla individuazione dell'aggiudicatario, sulla base dei criteri prestabiliti che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del prezzo. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In questo caso il promotore risulterà aggiudicatario.

6-L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:

- l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
- il corrispettivo della sponsorizzazione.
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e le relative autorizzazioni.

7-L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte da soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza, attestanti:

per le **persone fisiche**

- a) l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrarre con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore).

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 e dei legali rappresentanti: .

8-Si potrà procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione qualora siano state esperite, senza esito, le procedure di cui ai commi 1, 2, 3 e 4;

9-L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con determinazione del dirigente competente per materia.

10-Ove pervengano più offerte, esaurita la fase di selezione secondo quanto stabilito negli articoli precedenti, viene approvata, con apposito atto dirigenziale, la graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione (nel caso di sponsorizzazione esclusiva)

11-La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri fissati nell'avviso, anche in ragione dell'immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno della pubblicizzazione dell'evento.

Articolo 7 - Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di attività di manutenzione ordinaria e straordinaria

L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese la realizzazione, anche parziale, di attività di manutenzione ordinaria e straordinaria del proprio patrimonio.

I contratti contengono l'esatta individuazione delle attività da effettuare e le modalità di svolgimento delle stesse, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

Gli sponsor che effettuano direttamente le attività definite a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori delle attività definite a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

L'Amministrazione comunale provvede ad effettuare tramite il Responsabile Unico del Procedimento adeguata sorveglianza e vigilanza in merito.

Articolo 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa

1. Le somme già previste in bilancio di previsione, nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni che risultino non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa e sono certificate dal Revisori dei Conti.
2. I risparmi di cui al comma 1 sono utilizzati per le seguenti finalità:
 - nella misura del 15 % a titolo di implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, da destinare al personale del Settore che ha determinato l'economia di spesa;
 - la restante parte del 70 % è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali o costituisce economia di bilancio, in base agli indirizzi di volta in volta stabiliti dalla Giunta.
3. I criteri per il riparto del fondo di cui al comma 2 sono stabiliti con delibera di Giunta Comunale

Articolo 9 – Esclusione dai contratti di sponsorizzazione

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione comunale o che esercitino attività in situazioni di conflitto d'interesse con l'attività pubblica.

Articolo 10 - Facoltà di rifiuto

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
 - ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
 - la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto le finalità di seguito indicate a titolo indicativo e non esaustivo:
 - di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - di pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Il dirigente competente è tenuto, prima della stipula del contratto, ad esaminare il contenuto del messaggio pubblicitario al fine di evitare il verificarsi dei casi di cui al comma

precedente. Ove detti casi avessero comunque a verificarsi, il contratto eventualmente stipulato è risolto di diritto, fatto salvo il risarcimento del danno, anche di immagine, per il Comune.

Articolo 11 - Contratto

1. Il ricorso da parte dell'Amministrazione alle forme di sponsorizzazione previste dal presente regolamento è formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale sono stabiliti:
 - a. l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - b. il diritto alla utilizzazione **esclusiva ovvero non esclusiva** dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c. le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali *benefits*, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
 - d. l'individuazione dell'ambito dei destinatari di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor;
 - e. la durata del contratto di sponsorizzazione. Se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato, continuata nel tempo, il contratto deve essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata;
 - f. gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'Amministrazione;
 - g. il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - h. la specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione;
 - i. le modalità procedurali, le garanzie richieste e le responsabilità;
 - j. le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.
2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione comunale.

Articolo 12 – Versamento e utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni

- 1) Il corrispettivo della sponsorizzazione in danaro deve essere di regola fornito entro 15 giorni dalla firma del contratto.
- 2) Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione al soggetto organizzatore dell'evento, lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, previo nulla osta dell'Amministrazione comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.
- 3) Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve presentare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fidejussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole di cui all'art 113 comma 2. Del Dlgs 163/2006

Articolo 13 – Aspetti fiscali

Il Comune emette per lo sponsor fattura di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori servizi e beni lo sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato (in sede di contratto di sponsorizzazione) del valore dei lavori, dei servizi o dei beni. A sua volta il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.

Articolo 14 – Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' facoltà del Comune, 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.

Articolo 15 – Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte dell'Amministrazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti specificamente nel contratto di sponsorizzazione.

Articolo 16 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti nell'ambito di una procedura di sponsorizzazione sono trattati esclusivamente per le finalità dalla stessa previste.
2. I soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del decreto legislativo 196/2003.
3. Il Comune non può comunicare dati personali allo sponsor, se non nei casi espressamente previsti dalla legge.

Articolo 17 – Controversie

Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è deferita al competente Foro di Piacenza.

Articolo 18 – Norma di rinvio

Per quanto non previsto dal presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.

Articolo 19 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore ad avvenuta esecutività della deliberazione con la quale viene approvato.