

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con delibera C.C. n. ____ del _____

Sommario

Art. 1 – Oggetto e finalità	3
Art. 2 – Definizioni	3
Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione della sponsorizzazioni	4
Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive.....	4
Art. 5 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni	5
Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione.....	5
Art. 7 – Scelta dello sponsor	6
Art. 8 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor.....	7
Art. 9 – Affidamento diretto.....	7
Art. 10 – Qualificazione dello sponsor.....	7
Art. 11 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione.....	8
Art. 12 – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d’appalto.....	8
Art. 13 – Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali.....	8
Art. 14 – Aspetti contabili e fiscali	8
Art. 15 – Controlli e verifiche.....	9
Art. 16 - Trattamento dati personali	9
Art. 17 – Incentivazione della produttività.....	9
Art. 18 – Rinvio	10
Art. 19 – Entrata in vigore	10

Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.lgs. 267/2000, nell'art. 120 del D.lgs. 42/2004, nell'art. 19 del D.lgs. 50/2016, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990.
2. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:
 - una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
 - una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
 - economie di spesa.
4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento, si intende:
 - a. per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (sponsee) la quale garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
 - b. per “sponsorizzatore” o “sponsor”: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
 - c. per “sponsorizzato” o “sponsee”: il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;
 - d. per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dallo sponsor;

- e. per “sponsorizzazione di puro finanziamento”: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare esclusivamente una somma di denaro;
 - f. per “sponsorizzazione tecnica”: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori.
2. Ai fini del presente Regolamento, non costituisce sponsorizzazione l’offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione della sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale nell’ambito del Piano Esecutivo di Gestione. Nel corso dell’anno la Giunta può altresì formulare indirizzi specifici per l’attivazione di iniziative di sponsorizzazione. Le iniziative di sponsorizzazione devono risultare conformi ai fini istituzionali del Comune e devono riguardare iniziative, prestazioni, beni e servizi a carico del bilancio dell’ente, nei capitoli di spesa ordinaria.
2. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
3. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell’Amministrazione che su iniziativa di soggetti terzi e il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni, i servizi e le iniziative a carico del bilancio comunale.
4. I Responsabili dei servizi, nell’ambito della loro competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - a. ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l’attività pubblica e quella dello sponsor;
 - b. ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo Sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
 - c. reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
 - a. la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. la diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d’azzardo;

- c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
 - d. messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
- a. non sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D.lgs. 50/2016, e successive modificazioni ed integrazioni, per quanto applicabili;
 - b. non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:
 - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
 - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - diritti dei lavoratori;
 - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
 - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
 - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.
4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

Art. 5 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:
 - a. somme di denaro;
 - b. forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura dello sponsor.
2. In caso di operazioni permutative, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, nella misura del 100% al momento della conclusione del contratto.

2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole di cui all'art. 103 del D.lgs. 50/2016.

Art. 7 – Scelta dello sponsor

1. Nell'ipotesi di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, l'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. Il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 8. L'avviso pubblico è approvato con determinazione del Responsabile del servizio unitamente al capitolato relativo alla sponsorizzazione.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio on line e nella sezione Amministrazione Trasparente del sito del Comune per 15 giorni e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.
4. L'avviso deve indicare almeno:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - i requisiti di partecipazione;
 - le modalità e il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni;
 - l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - i criteri di valutazione delle offerte;
 - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 8;
 - l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del servizio competente nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la suddetta valutazione ci si potrà avvalere di apposita commissione presieduta dal Responsabile del servizio innanzi indicato.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:
 - le dichiarazioni richieste dall'avviso;
 - l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
 - l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità

- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.
7. L'avviso può prevedere che si proceda all'affidamento anche in presenza di una sola offerta valida.
 8. Il Comune ha la facoltà di non procedere ad alcun affidamento, qualora nessuna delle offerte presentate risulti idonea a soddisfare le esigenze per le quali è stata indetta la procedura selettiva.

Art. 8 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Responsabile del servizio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 7, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 9 – Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni nei seguenti casi:
 - a. in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 7;
 - b. in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
 - c. nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa).
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile procedente.

Art. 10 – Qualificazione dello sponsor

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi per oggetto i lavori, i servizi o le forniture di cui all'art. 19 del D.lgs. 50/2016, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor per importi superiori a € 40.000,00, si applicano le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto previsti dal D.lgs. 50/2016.

Art. 11 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:
 - a. l'oggetto del contratto;
 - b. gli obblighi delle parti e delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
 - c. il valore del corrispettivo della sponsorizzazione e la fatturazione;
 - d. la durata del contratto;
 - e. l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - f. i controlli sull'attività dello sponsor;
 - g. la facoltà di recesso da parte del Comune;
 - h. la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - i. la competenza del Foro di Mantova in caso di controversie;
 - j. la disciplina delle spese contrattuali.
2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

Art. 12 – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

1. Il Comune può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione degli appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

Art. 13 – Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali

1. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi per oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni di cui all'art. 151 del D.lgs. 50/2016 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

Art. 14 – Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le prestazioni rese ai sensi del presente regolamento generano emissione di fattura e le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.
4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.
5. Le spese relative alla stipula del contratto ed alla sua eventuale registrazione, solo in caso d'uso, saranno interamente a carico dello sponsor.
6. I soggetti che verranno individuati come Sponsor potranno godere di vantaggi fiscali derivati dagli investimenti in contratti di sponsorizzazione previsti dalla normativa vigente.

Art. 15 – Controlli e verifiche

1. L'Ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo Sponsor.

Art. 16 - Trattamento dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.lgs. 196/2003 e successive modificazioni ed integrazioni.
2. I dati, trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 17 – Incentivazione della produttività

1. Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, il fondo per il trattamento economico accessorio dei dipendenti ed il fondo per la retribuzione di posizione e di risultato dei Titolari di Posizioni Organizzative

possono essere incrementati di una quota percentuale dei corrispettivi (IVA esclusa) effettivamente introitati nell'anno dal Comune per contratti di sponsorizzazione.

Art. 18 – Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'attuazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

Art. 19 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore dopo la conseguita esecutività della deliberazione che lo approva.