

REGOLAMENTO SULLA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

INDICE

- Art. 1 – Oggetto
- Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 3 – Definizioni
- Art. 4 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio e per forma contrattuale
- Art. 5 - Finalità
- Art. 6 - Ambito di applicazione
- Art. 7 - Vincoli di carattere generale
- Art. 8 - Il Comune come sponsor
- Art. 9 - Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale
- Art. 10 - Funzione della sponsorizzazione
- Art. 11 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi
- Art. 12 - Sponsorizzazioni plurime
- Art. 13 - Regole generali e comuni
- Art. 14 – Trattamento dei dati personali
- Art. 15 - L'offerta di sostanziale mecenatismo
- Art. 16 - La valutazione delle offerte
- Art. 17 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor
- Art. 18 - Versamento e utilizzo proventi delle sponsorizzazioni
- Art. 19 - Utilizzo risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 20 - Normativa di rinvio
- Art. 21 - Aspetti fiscali
- Art. 22 - Verifiche e controlli
- Art. 23 - Riserva organizzativa
- Art. 24 - Entrata in vigore

Art.1 – Oggetto

1. Le norme del presente Regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la sponsorizzazione, per lo svolgimento di attività ed iniziative di interesse del Comune di Sissa nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 6 e per le finalità indicate nell'art. 5, che di nuovo segue.
2. Il presente Regolamento è adottato in sostanziale attuazione delle previsioni recate dall'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 - che si pone in tema, come normativa di principio - rispettando altresì le linee fondanti delle disposizioni contenute nell'ex art. 119 del TUEL Dlgs 267/00 e successive modificazioni ed integrazioni, l'art. 120 del D.Lgs. 42/2004 e degli articoli 26 e 199 bis del D.Lgs. 163/2006.

Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione determina a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del comune di Sissa, le modalità con cui questo Comune si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività.

Art. 3 – Definizioni

1. Ai fini della presente disciplina si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune (sponsor) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro o in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale ad esclusione di quanto disposto nell'art. 6, comma 9 del D.L. 78/2010 che recita: "a decorrere dall'anno 2011 le amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato della pubblica amministrazione, come individuate dall'Istituto nazionale di Statistica (ISTAT) ai sensi del comma 3 dell'art. 1 della legge 31 dicembre 2009, n. 196, incluse le autorità indipendenti, non possono effettuare spese per sponsorizzazioni";
- c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto alla veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
- e) per "sponsorizzazione tecnica" (permuta) la sponsorizzazione che si attua per il tramite di fornitura di beni o servizi in natura o di realizzazione di lavori, da parte dello sponsor, relativi alla propria attività di impresa oppure da lui acquistati all'esterno oppure affidati a terzi .

Art.4 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio, oltreché per la forma contrattuale

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati da questa Amministrazione comunale prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. Le modalità di associazione del nome e del marchio del soggetto <<sponsorizzante o sponsor>> ovvero di quello <<collaborante o sponsor>> devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie di questo Comune di Sissa .
3. L'utilizzazione dello strumento della sponsorizzazione avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto da redarsi in forma scritta, in cui siano stabiliti :
 - a) la qualificazione delle parti contraenti,
 - b) l'oggetto del contratto ;
 - c) la durata del contratto ;
 - d) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor;
 - e) la definizione dei rapporti tra soggetto sponsor ed Ente;
 - f) le modalità di controllo dell'Ente;
 - g) l'indicazione degli eventuali spazi o forme pubblicitarie consentiti allo sponsor;
 - h) la definizione degli aspetti fiscali compresa deroga e/o agevolazioni relative alle imposte locali;
 - i) la responsabilità dello sponsor ;
 - j) le cause e modalità di revoca del contratto ;
 - k) divieto di cessione contrattuale ;
 - l) eventuale rinvio a norme diverse ;
4. L'Amministrazione comunale può definire, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Art.5 - Finalità

1. Il comune di Sissa intende avvalersi dell'istituto della sponsorizzazione essenzialmente:
 - per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
 - per realizzare maggiori economie di spesa;
 - per migliorare la qualità dei servizi prestati.

Art.6 - Ambito di applicazione

1. Il comune di Sissa ricorre, esemplificativamente, a forme di <<sponsorizzazione>> in relazione:

- ad attività culturali di differente tipologia
- ad attività connesse all'informazione istituzionale;
- ad attività sportive;
- ad attività di promozione turistica;
- ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico (residualmente).

Art.7 - Vincoli di carattere generale

1. Tutte le iniziative supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship di cui al precedente art.6, sono necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici:

- devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Sissa;
- devono produrre risparmi di spesa.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici e, materiale che offendono il buon costume;
- messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

3. L'Amministrazione si riserva di rifiutare qualunque sponsorizzazione qualora la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale o ravvisi la possibilità di un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata .

Art.8 - Il comune come sponsor

1. Con l'approvazione del seguente regolamento (e nel rispetto dello stesso) il Consiglio Comunale autorizza in via generale la Giunta Comunale, ad avvalersi di sponsorizzazioni e collaborazioni per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico.

2. La Giunta Comunale nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune di Sissa il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni in via generale con l'approvazione del PEG (Piano Esecutivo di Gestione) e successive variazioni, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni.

3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai due commi che precedono sono demandate alla competenza del dirigente preposto al settore interessato (o maggiormente interessato).

Art.9 - Le figure dello sponsor

1. Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod. civ.), i liberi professionisti anche in forma associata;
- le Associazioni senza fini di lucro, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune di Sissa.

Art.10 - Funzione della sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione rappresenta lo strumento tramite il quale questo Comune realizza o acquisisce a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio del Comune. 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 il Comune, del previsto risultato da parte dello sponsor.
2. Eccezionalmente, la sponsorizzazione potrà anche consistere nella esecuzione di opere e lavori pubblici e/o di pubblico interesse espletati direttamente o per suo diretto strumento dal soggetto sponsorizzante o collaborante.

Art. 11 Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione può avere origine per:
 - iniziativa spontanea di questa Amministrazione comunale ;
 - iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 9 di questo Regolamento.
2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa – ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui al Titolo II che segue – deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.
3. Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al comma 2, che immediatamente precede, avviene mediante l'inserimento della stessa nell'apposito P.E.G. (Piano Esecutivo di Gestione).

Art.12 - Sponsorizzazioni plurime

1. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

Art.13 - Regole generali

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura negoziata, sia quando la proposta provenga da iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 9 di questo Regolamento, sia qualora la proposta avvenga su iniziativa spontanea di questa Amministrazione comunale, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso e, comunque, da adeguate forme di pubblicità.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e/o inserimento nel sito internet del Comune, e/o invio alle associazioni di categoria ed in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor;
 - b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
 - d) l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare, almeno:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - c) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione).
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - ___ l'inesistenza della condizione di incapacità a contrarre con la Pubblica Amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - ___ l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - ___ l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);
 - ___ la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - b) per le persone giuridiche:

__il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti per ciascuno dei quali devono essere prodotte le autocertificazioni sopra elencate.

6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

7. Nel caso in cui il contenuto di beni o servizi offerti sia di modesta entità (non superiore ad euro 3.000.00), si procede ad affidamento diretto senza altre formalità che la forma scritta .

8. Si procede altresì ad affidamento diretto di contratto di sponsorizzazione nel caso in cui sia stata esperita infruttuosamente la procedura di cui al comma 1 oppure in casi eccezionali , adeguatamente motivati , in cui la particolare natura e le caratteristiche dell'evento limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto .

9. Tutte le sponsorizzazioni di modesta entità saranno inserite in apposito elenco pubblico disponibile sul sito dell'Ente .

10. In caso di urgenza , qualora la manifestazione / iniziativa sia già avviata ed i tempi di svolgimento della stessa non consentano la procedura negoziata, l'Amministrazione comunale si riserva , motivando , le facoltà di accettare comunque la sponsorizzazione, secondo procedura semplificata .

Art. 14 – Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art .13 della legge 31.12.1996, n. 665 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Sissa in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare responsabile del trattamento il Direttore del Settore che organizza l'iniziativa o l'evento in conformità della legge citata.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.

Art.15 - L'offerta di sostanziale mecenatismo

1. Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c. d. di <<mero mecenatismo>> da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art.16 - La valutazione delle offerte

1. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate – sulla base dei criteri definiti nel progetto o nella delibera di Giunta – dal dirigente del settore che organizza l'iniziativa o l'evento, dal dirigente all'uopo incaricato dal Sindaco in presenza di situazioni diverse ovvero da apposita commissione all'uopo costituita.

2. In presenza di più offerte accettabili viene predisposta ed approvata con determinazione dirigenziale una graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.

3. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso (valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno sulla pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili).

Art.17 – Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

1. L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune è realizzata nei seguenti modi:

a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, informativo, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, striscioni, tabelloni

luminosi, giornali ecc.), sia nel sito WEB del Comune nella pagina dedicata all'informazione sulle manifestazioni e sulle attività organizzate dal Comune a beneficio della cittadinanza;

b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il Comune consentirà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, ad esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni.

2. Il materiale pubblicitario indicato alla lettera b) del precedente comma 1 o, comunque, specifico è realizzato e posto in opera a spese dello sponsor nel rispetto delle prescrizioni indicate dal competente servizio comunale. Sono, altresì, a carico dello sponsor l'acquisizione di eventuali pareri e/o autorizzazioni previsti dalla normativa vigente e tutti gli oneri derivanti dal pagamento dei tributi dovuti a livello locale.

Art. 18 - Versamento e utilizzo proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito in misura non inferiore al 40% al momento della sottoscrizione del contratto e nell'importo restante a conclusione dell'evento.

2. Nei casi in cui il contratto preveda la fornitura di beni e/o servizi di terzi, lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, previa attestazione del Comune dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.

Art. 19 - Utilizzo risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 sono utilizzati per le seguenti finalità:

a) quanto al 15 % per l'implementazione del fondo delle risorse decentrate del personale dipendente di cui all'art. 31 del CCNL 22 gennaio 2004, da ripartirsi tra dipendenti che hanno curato l'istruttoria del procedimento ed adottato i relativi atti, sulla base di criteri da concertare con le OO.SS in sede decentrata ;

b) quanto all'85% per il finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.

Art. 20 - Normativa di rinvio

Per quanto non esplicitamente previsto e specificatamente stabilito negli articoli di questo Regolamento che precedono, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di regolamento dei rapporti con la pubblica Amministrazione, allo Statuto e ai Regolamenti adottati dal Comune di Sissa

Art. 21 - Aspetti fiscali

Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde al corrispettivo concordato nell'accordo tra sponsor e sponsee così come meglio specificato agli articoli 2 e 3 del presente regolamento.

2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento, quando prevede quale corrispettivo della stessa la fornitura di beni e/o servizi da parte dello sponsor, si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo le previsioni dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

3. Allo sponsor compete il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità e dei tributi dovuti a livello locale .

Art. 22 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Dirigente di ogni settore competente in materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor.

3. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Art. 23 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente da questa Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. E' tuttavia 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, secondo le vigenti normative degli appalti dei servizi richiamate anche al precedente art. 13.

Art. 24 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione o, se dichiarata immediatamente esecutiva, dalla data di adozione dell'atto.
2. Copia del Regolamento esecutivo verrà consegnata a cura della Segreteria comunale a tutti i dirigenti dei settori e al Revisori dei Conti.