



Città di Crescentino

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

REVISIONI

	Data	n. Delibera del Consiglio comunale
0		
1		
2		
3		
4		
5		

Art. 1 - Finalità

Il presente regolamento disciplina ed organizza le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 19, D.lgs 50/2016 e nell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001.

Il presente regolamento è uno strumento per implementare un sistema di coordinamento per le sponsorizzazioni, allo scopo di favorire la collaborazione fra pubblico e privato e la realizzazione di eventi e progetti dell'Amministrazione. Le sponsorizzazioni devono supportare l'innovazione e l'organizzazione, realizzare maggiori economie e migliorare la qualità dei Servizi Istituzionali.

La sponsorizzazione non deve essere vissuta come l'espletamento di un'attività finalizzata al solo reperimento di risorse economiche e/o tecniche atte alla realizzazione di un progetto, ma come l'instaurarsi di un rapporto di collaborazione pubblico - privato, sinergico nella realizzazione dell'interesse pubblico, tenendo conto delle peculiarità del soggetto privato.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per “*Contratto di sponsorizzazione*” un contratto mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una determinata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per “*Sponsorizzazione*” ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
 - c) per “*Sponsor*” la persona fisica o giuridica che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - d) per “*Sponsee*” il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello Sponsor in modi diversi da contratto;
 - 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.

Art. 3 - Contenuti delle Sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti sia privati, sia pubblici, di qualsiasi forma e natura giuridica, fermo restando le norme sui requisiti generali di cui all'art. 19, comma 2, del D.lgs. n. 50/2016, 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.
2. Qualora un soggetto terzo offra spontaneamente contributi di beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti (c.d. contribuzione volontaria) al fine di rendere un servizio di pubblica utilità, ovvero in casi di comprovata urgenza oppure in mancanza di

offerte a seguito del bando/avviso pubblico, il responsabile competente può stipulare il contratto di sponsorizzazione, previa valutazione degli effetti e dei benefici dell'iniziativa.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile di Settore, conformemente a quanto previsto nei documenti di programmazione strategica. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile di Settore per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alla sponsorizzazione può riguardare, a titolo esemplificativo e non esaustivo, i seguenti ambiti:
 - attività culturali di differente tipologia
 - attività sportive
 - attività di promozione turistica
 - attività di valorizzazione del patrimonio comunale
 - attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali
 - attività di miglioramento dell'assetto urbano
 - attività inerenti al verde pubblico e arredo urbano
 - attività inerenti la protezione civile e i lavori pubblici
 - attività inerenti la dotazione hardware e software dell'ente
 - attività inerenti la fornitura di beni e servizi per le ordinarie attività dell'ente
 - ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.
3. La medesima iniziativa può essere sponsorizzata contemporaneamente da più Sponsor (sponsorizzazione plurima) ovvero secondo rapporti di esclusiva, in relazione alla valutazione del Responsabile del servizio interessato. In tal caso il contratto di sponsorizzazione può essere stipulato congiuntamente dagli sponsor.
4. I progetti per la ricerca di sponsorizzazioni vengono approvati con Delibera della Giunta comunale che contiene:
 - la descrizione dell'iniziativa da sponsorizzare;
 - la previsione dell'entrata
 - la percentuale dell'entrata da destinare al finanziamento dell'iniziativa da sponsorizzare
5. Una volta stipulati i necessari contratti di sponsorizzazione, tramite determinazione del Responsabile del Servizio, vengono accertate le entrate e finalizzati i relativi proventi.

Art. 5 – Disposizioni organizzative

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dai Responsabili di Settore secondo la disciplina del presente regolamento.

2. È tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione il servizio di reperimento delle sponsorizzazioni a soggetti terzi specializzati nel campo pubblicitario, conformemente a quanto indicato nella presente regolamentazione. Gli stessi dovranno riferire dell'attività svolta e relazionare sui contatti ed i rapporti con gli Sponsor.
3. Sponsee e Sponsor definiscono nell'ambito dell'accordo contrattuale modalità e tempistiche della campagna promozionale volta ad assicurare visibilità alle parti. La campagna promozionale può prevedere la realizzazione di manifesti, locandine, tabelloni, dépliant, gadget, inserzioni su carta stampata, spot radio e tv, pagine web e ogni altro strumento utile a valorizzare l'iniziativa. Sponsee e Sponsor si impegnano, altresì, a sottoporre alla reciproca attenzione i materiali promozionali predisposti prima della loro riproduzione.

Art. 6 - Procedura per la ricerca di sponsorizzazioni

1. La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto delle norme vigenti e dei principi di imparzialità e pari condizioni, proporzionalità e adeguatezza, economicità e concorrenza ed è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso. Qualora l'esperimento della gara vada deserto, l'amministrazione può procedere alla scelta del contraente tramite procedura negoziata fatto salvo quanto al successivo comma 8.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, sul sito web del Comune ed in ogni altra forma ritenuta conveniente per una maggior diffusione e partecipazione;
3. L'avviso di sponsorizzazione deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - L'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor
 - L'esatta determinazione dell'offerta per l'uso dello spazio pubblicitario posta a base della gara
 - Le modalità e i termini di presentazione dell'offerta
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di norma, deve indicare:
 - Il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare
 - Il valore della sponsorizzazione
 - L'accettazione delle condizioni previste dall'eventuale capitolato o progetto di sponsorizzazione posto in gara
5. L'offerta deve essere accompagnata dalla documentazione e dalle dichiarazioni sostitutive richieste e deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Settore competente che conduce l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato ed alle relative autorizzazioni.
7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del settore competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata

l'utilizzazione dello specifico "spazio pubblicitario" concesso;

8. Si può omettere la procedura aperta secondo i principi suddetti, se le sponsorizzazioni presentano i seguenti requisiti:
 - L'offerta complessivamente non supera € 10.000,00 in denaro o valore corrispondente e il competente responsabile del servizio dà motivato conto di non ritenere che, dalla procedura aperta, possano sortire offerte migliorative.

Art. 7 - Determina a contrarre e contenuto del contratto

1. Il contratto di sponsorizzazione deve essere preceduto da determinazione del Responsabile del settore competente nella quale si indicano l'oggetto del contratto di sponsorizzazione, la modalità di scelta dello Sponsor e motivazioni o disponibilità del soggetto Sponsor a sponsorizzare l'iniziativa e lo schema di contratto.
2. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello Sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) il valore della sponsorizzazione al netto di IVA;
 - d) gli obblighi assunti a carico delle parti;
 - e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 8 - Diritto di rifiuto delle prestazioni

1. Oltre al caso in cui si ritenga che possa derivare un conflitto d'interessi fra l'attività pubblica e quella privata, l'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative.
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni che contengono:
 - messaggi di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - messaggi pubblicitari contrari alla legge o al buon costume;
 - messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
 - messaggi pubblicitari diretti o collegati alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, altri prodotti o servizi contrari a norme imperative;
 - messaggi pubblicitari che abusino della credulità popolare;

Art. 9 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del settore competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo Sponsor a mezzo raccomandata a/r o posta certificata (PEC).

3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali produce la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

Art. 10 - Aspetti fiscali

1. Il valore della "Sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma direttamente erogata ovvero corrispondente al valore dei beni e/o servizi forniti dallo Sponsor;
2. La sponsorizzazione è soggetta ad imposizione dell'imposta sul valore aggiunto (IVA) ai sensi del DPR 633/72.

Art. 11 - Norme comuni

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento, si fa riferimento alle norme vigenti in materia.