

Allegato "A" alla deliberazione di Consiglio Comunale del n. 46 del 19/12/2016



COMUNE DI SOVERATO
PROVINCIA DI CATANZARO

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA
E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI

Indice

Art. 1 - Oggetto e finalità

Art. 2 - Definizioni

Art. 3 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

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

Art. 5 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni

Art. 6 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

Art. 7 - Esclusiva generale e commerciale

Art. 8 - Scelta dello sponsor

Art. 9 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali

Art. 10 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

Art. 11 - Aspetti contabili e fiscali

Art. 12 - Controlli e verifiche

Art. 13 - Trattamento dati personali

Art. 14 - Rinvio

Art. 15 - Entrata in vigore

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.
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 titolari di posizione organizzativa, 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 pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, 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. 18 aprile 2016, n. 50, per quanto applicabile;
 - 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, almeno nella misura del 50% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.
2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, come regolamentato dal d. lgs. 50/2016. Non sarà necessario per sponsorizzazioni fino a 1000,00 €.

Art. 7 – Esclusiva generale e commerciale

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
- a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico del Comune per un determinato periodo;
 - b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.
3. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

Art. 8 – Scelta dello sponsor

La scelta dello sponsor avviene secondo la disciplina contenuta nel regolamento dei contratti del Comune di Soverato. La scelta dello sponsor è preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito bando/avviso.

Al bando/avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e nel sito internet del Comune, e altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore diffusione e partecipazione. Dell'avviso può essere data notizia diretta a soggetti ritenuti interessati.

Il bando/avviso deve in particolare contenere le seguenti informazioni:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e gli obblighi delle parti;
- b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario offerto;
- c) il progetto o la descrizione dettagliata, completi della quantificazione economica, dei lavori, servizi o forniture proposti per la sponsorizzazione;
- d) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.

L'Amministrazione può pervenire alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati che manifestino spontaneamente la loro intenzione di assumere il ruolo di sponsor di progetti o iniziative.

Le proposte di sponsorizzazione presentate ai sensi del precedente comma 1 devono specificare il valore presumibile del corrispettivo delle attività di veicolazione pubblicitarie e la consistenza, i contenuti, le forme, i luoghi e i tempi con i quali il medesimo corrispettivo viene ad essere reso.

Art. 9 - 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 del D.lgs. 50/2016 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

Art. 10 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure sugli appalti di servizi previste dal D.Lgs. 50/2016 e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

Art. 11 - 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.

Art. 12 - 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. 13 - 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.
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. 14 - 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. 15 - Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore dopo la conseguita esecutività della deliberazione che lo approva. Dalla data di entrata in vigore del presente regolamento sono da ritenersi abrogate tutte le disposizioni incompatibili con quanto dallo stesso previsto.