

# *Regolamenti Comunali*



## **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE (Approvato con Deliberazione di C.C. nr. 9 del 14.03.2007)**

### **INDICE**

- Art. 1 – Finalità
- Art. 2 – Contenuti e destinatari
- Art. 3 – Definizioni
- Art. 4 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor
- Art. 5 – Trattativa privata diretta
- Art. 6 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 7 – Contratto di sponsorizzazione
- Art. 8 – Diritto di esclusiva
- Art. 9 – Utilizzo dei risparmi di spesa
- Art.10 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Art.11 – Aspetti fiscali
- Art.12 – Verifiche e controlli
- Art.13 – Riserva organizzativa
- Art.14 – Entrata in vigore

### **ART.1 – FINALITA'**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art.43 della legge 449/1997, dell'art.119 del T.U.E.L.267/2000 e delle vigenti disposizioni dei CC.CC.NN.LL.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
3. Nel perseguimento dell'interesse pubblico generale, gli accordi di collaborazione possono avere ad oggetto qualunque attività od iniziativa che abbia riflessi diretti od indiretti sullo sviluppo economico locale.

### **ART.2 – CONTENUTI E DESTINATARI**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, imprese, istituti, società e associazioni con o senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi ed obiettivi di spesa ordinari espressamente previsti nei PEG o in altri atti di Giunta; 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 o, comunque, della somma corrispondente, ovvero in un maggior introito rispetto a quanto previsto in bilancio e riportato nel capitolo di spesa iscritto nel PEG.
2. Gli accordi di collaborazione sono contratti conclusi, in forma scritta, con soggetti privati, diretti a disciplinare e regolare i rapporti di carattere non istituzionale fra il Comune e il privato, relativamente ad interventi di qualunque genere che abbiano una positiva ricaduta sul territorio comunale e finalizzati allo sviluppo economico, sociale e culturale della comunità. L'accordo precisa i termini della collaborazione fra ente pubblico e soggetto privato, comunque, anche ove si tratti di attività di carattere commerciale, nel perseguimento dell'interesse pubblico generale, e deve disciplinare anche i rapporti economici fra i sottoscrittori dell'accordo, ove l'accordo preveda un corrispettivo per la collaborazione concordata. Il corrispettivo, ove previsto e di comune accordo fra le parti, può assumere la forma di contributo a tantum, di compenso annuale ovvero di somma che può essere commisurata al valore della produzione di beni o servizi oggetto dell'accordo di collaborazione.

### **ART.3 – DEFINIZIONI**

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:
  - a) **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 predeterminata prestazione o a pagarne il valore, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  - b) **SPONSORIZZAZIONE**: ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria immagine sociale;
  - c) **SPONSOR**: il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
  - d) **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;
  - e) **ACCORDO DI COLLABORAZIONE**: il contratto concluso con un soggetto privato per le finalità di cui al comma 2 del precedente articolo.

### **ART.4 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR**

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante trattativa privata con ricerca di contraente preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e in eventuali 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, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
  - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
  - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
  - a) il bene, l'attività, il servizio o la prestazione che si intende sponsorizzare, ovvero la somma corrispondente;

- b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- a) l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione di cui all'art.32-quater del codice penale 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) per le imprese, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
  - d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - e) 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.
6. Le autocertificazioni di cui al comma precedente devono essere contenute in una dichiarazione unica contestuale, conforme al modello appositamente predisposto dall'Amministrazione comunale.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del servizio proponente, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.
8. Ove non espressamente vietato dalla legge, la clausola sponsor può essere inserita in qualunque procedimento di gara, purché sia rispettata la par condicio di tutti i concorrenti e purché la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione, non divenga criterio preponderante.
9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del servizio proponente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto di sponsorizzazione.

#### **ART.5 – TRATTATIVA PRIVATA DIRETTA**

1. E' possibile l'affidamento del contratto di sponsorizzazione a trattativa privata diretta, prescindendo dall'applicazione delle norme di cui al precedente articolo, quando il valore complessivo della sponsorizzazione non superi i 20.000 Euro.
2. Nei casi di cui al precedente comma la sponsorizzazione stessa sarà regolamentata nell'atto amministrativo del Responsabile del Servizio Funzionale competente per le singole attività, sarà comunque ispirata ai principi del presente Regolamento e non si fa luogo alla ripartizione dei proventi di cui al successivo art. 9
3. La trattativa privata diretta è altresì sempre ammessa, stante la particolare natura del contratto, per gli accordi di collaborazione. La determinazione di approvazione della bozza del contratto di collaborazione e la successiva stipula, devono comunque essere precedute da apposito atto d'indirizzo della Giunta comunale che delimiti il quadro fondamentale dell'accordo, a meno che tali elementi non siano già contenuti nel PEG.

#### **ART.6 – INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici ai Responsabili dei Servizi Funzionali per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione, agli effetti di cui al successivo art. 8, può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinari o per i quali si acquisiscano maggiori somme rispetto al budget di spesa a disposizione.
3. L'Amministrazione comunale può comunque acquisire beni e servizi a titolo gratuito, ancorché non specificatamente previsti nei capitoli di spesa ordinari o non previsti nel PEG come obiettivi da raggiungere mediante sponsorizzazioni o accordi di collaborazione. In tal caso non si fa luogo alla ripartizione dei proventi di cui al successivo art. 9.

#### **ART.7 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di 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) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
  - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

#### **ART.8 – DIRITTO DI ESCLUSIVA**

1. Di norma le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, e pertanto il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento.
2. Qualora il soggetto sponsor sia interessato ad avere l'esclusiva nella sponsorizzazione di un determinato evento, l'Amministrazione può valutare la proposta ricevuta in tal senso in relazione ai vantaggi in termini economici e/o d'immagine che ne possano derivare al Comune. La clausola di esclusiva deve essere specificatamente prevista nel contratto di sponsorizzazione.

#### **ART.9 – UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA O DEI MAGGIORI INTROITI**

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. Le somme acquisite in più rispetto al budget previsto nei capitoli di spesa, sempreché il finanziamento attraverso la ricerca delle sponsorizzazioni sia espressamente previsto nel PEG o in altro atto di Giunta, sono utilizzate, al pari dei risparmi di spesa, come disciplinato dal successivo comma 2. Nello stesso modo sono considerati risparmi di spesa o maggiori introiti le somme derivanti dalla stipula di accordi di collaborazione.
2. I risparmi di spesa o maggiori introiti di cui al precedente comma sono utilizzati:
  - a) nella misura e con le modalità previste dal contratto decentrato aziendale, sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, nonché per la retribuzione di risultato delle posizioni di area organizzativa, secondo la disciplina di cui ai CC.CC.NN.LL.;
  - b) la parte residuale è a disposizione della Giunta comunale per il finanziamento degli obiettivi previsti nel PEG in caso di maggiori introiti o per il finanziamento di iniziative, acquisti o servizi di utilità pubblica in caso di risparmi di spesa.

#### **ART.10 – DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
  - a) ritenga che possa derivarne un conflitto di interessi fra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) pubblicità direttamente o indirettamente collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Il dirigente è tenuto, prima della stipula del contratto di sponsorizzazione, ad esaminare il contenuto dei messaggi pubblicitari al fine di evitare il verificarsi dei casi di cui ai precedenti commi. Ove detti casi si verificassero comunque, il contratto eventualmente stipulato è risolto di diritto, fatto salvo il risarcimento dei danni, anche d'immagine, per l'Amministrazione comunale.

### **ART.11 – ASPETTI FISCALI**

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma versata dallo sponsor o al valore in denaro del servizio, fornitura o intervento prestati gratuitamente.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo di cui al precedente comma.
3. Nel caso di accordo di collaborazione, l'eventuale corrispettivo previsto verrà pagato dal Comune o incassato dallo stesso a seguito di emissione di regolare fattura.

### **ART.12 – VERIFICHE E CONTROLLI**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio comunale 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 comunicate allo sponsor; la comunicazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

### **ART.13 – RISERVA ORGANIZZATIVA**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' tuttavia facoltà della Giunta comunale, qualora lo ritenga più opportuno o conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e/o funzionale, formulare un atto di indirizzo al Responsabile del Servizio Funzionale interessato per affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario. In questo caso non si fa luogo alla ripartizione dei risparmi realizzati ai sensi del precedente art. 9.

### **ART.14 – ENTRATA IN VIGORE**

Il presente Regolamento entra in vigore a far tempo dalla data di esecutività della deliberazione di approvazione.