



COMUNE DI MARSCIANO
(Provincia di Perugia)

Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni

Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. del

INDICE

Art. 1 – Definizioni	pag. 3
Art. 2 – Oggetto, finalità e principi	pag. 3
Art. 3 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	pag. 4
Art. 4 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni	pag. 4
Art. 5 – Rifiuto delle sponsorizzazioni	pag. 5
Art. 6 – Procedura di scelta dello sponsor	pag. 5
Art. 7 – Proposte spontanee di potenziali sponsor	pag. 7
Art. 8 – Affidamento diretto	pag. 7
Art. 9 – Contratto di sponsorizzazione	pag. 7
Art. 10 – Sponsorizzazione in relazione a contratti di appalto e concessione	pag. 8
Art. 11 – Lavori, servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor	pag. 8
Art. 12 – Adempimenti contabili e fiscali	pag. 9
Art. 13 – Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti	pag. 9
Art. 14 - Trattamento dei dati personali	pag. 9
Art. 15 – Verifiche e controlli	pag. 10
Art. 16 – Norme di rinvio	pag. 10

Art. 1 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per “*contratto di sponsorizzazione*”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, (sponsorizzato o *sponsee*), garantisce ad un terzo (*sponsor*) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto a fronte dell’obbligo dello *sponsor* di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire prestazioni dirette o indirette a favore dello sponsorizzato;
- b) per “*sponsorizzazione*”: ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta di lavori, servizi o forniture provenienti da terzi (*sponsor*), allo scopo di promuovere il proprio nome, logo, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili per conseguire un beneficio di immagine;
- c) per “*sponsor*”: il soggetto pubblico o privato che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula un contratto di sponsorizzazione con l’ Amministrazione Comunale (sponsorizzato o *sponsee*);
- d) per “*sponsorizzato o sponsee*”: l’ Amministrazione Comunale, che divulgaa i segni distintivi dello *sponsor* con le modalità previste dal contratto di sponsorizzazione;
- e) per “*spazio pubblicitario*”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni messo a disposizione dallo sponsorizzato per le attività pubblicitarie e promozionali dello *sponsor*.

2. Rimangono esclusi dalla disciplina del presente regolamento e non costituiscono sponsorizzazioni le offerte a favore dell’Amministrazione Comunale di somme di denaro, di forniture, servizi o lavori quando tali erogazione sono effettuate da parte di soggetti privati o di enti a titolo di liberalità, di contributo o di mero mecenatismo.

Art. 2 Oggetto, finalità e principi generali

1. Il presente Regolamento, in armonia con le disposizioni contenute nell’art. 119 del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267 e ss.mm.ii, nell’art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, negli artt. 26 e 199-bis del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163 e ss.mm.ii. e nell’art. 120 del D.Lgs. 42/2004 e ss.mm.ii., disciplina le condizioni e le modalità operative per la sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture in favore dell’ Amministrazione Comunale, in qualità di sponsorizzato.

2. L’ Amministrazione Comunale ricorre ai contratti di sponsorizzazione al fine di “ *favorire l’innovazione dell’organizzazione e realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali* “ ai sensi delle disposizioni di cui all’art. 43 comma 1, della Legge 27 dicembre 1997, n. 449 e ss.mm.ii..

3. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente Regolamento si conforma ai seguenti principi generali:

- a) il perseguitamento di interessi pubblici;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle spese previste nel bilancio comunale, sia attraverso la realizzazione di progetti, interventi o opere che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

4. Le sponsorizzazioni, nel rispetto dei principi di cui sopra, possono finanziare in tutto o in parte i lavori, i servizi e le forniture che rientrano nell'attività dell'Ente.

Art. 3 Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta Comunale, nel rispetto del presente Regolamento, nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione. La Giunta può comunque approvare nel corso dell'anno, con propria deliberazione, ulteriori iniziative o formulare indirizzi specifici ai Responsabili delle Aree competenti.

2. Tutte le fasi attuative e gestionali inerenti le iniziative di sponsorizzazione sono demandate alla competenza del Responsabile dell'Area interessata o, qualora l'iniziativa si rivolga a più Aree, ad un Responsabile di Area individuato con disposizione del Segretario Generale.

Nel caso in cui la sponsorizzazione consista nella realizzazione di un'opera pubblica la stessa deve essere contemplata nell'elenco annuale delle oo.pp. ai sensi dell'art. 128 del D.Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii..

3. Le iniziative di sponsorizzazione individuate dall' Amministrazione Comunale ovvero suggerite dai potenziali sponsor sono:

- a) inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale. In questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di minor spesa di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;
- b) inserite in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è vincolata all'attivazione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lettera;
- c) conseguenti a proposte definite con specifico atto deliberativo in corso d'anno dalla Giunta, anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate rispondenti ai principi generali di interesse pubblico esplicitati dall'articolo 2, comma 3, del presente Regolamento.

Art. 4 Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:

- a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall' Amministrazione Comunale secondo le ordinarie procedure previste dal D.Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii.;
- b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor: in tale circostanza la prestazione è effettuata dallo sponsor, anche tramite soggetti da lui individuati che devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche, nonché in caso di esecuzione di opere e lavori pubblici, dei requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente.

2. Nel caso di cui al punto b) del comma 1, si assume quale controvalore monetario del contratto, il valore di mercato delle prestazioni o dei beni erogati dallo sponsor.

Art. 5 **Rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. L'Amministrazione Comunale si riserva di rifiutare proposte di sponsorizzazione o di recedere dal contratto di sponsorizzazione già sottoscritto qualora:

- a) ritenga che possa derivarne una situazione di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative istituzionali o pubblicità negativa;
- c) la reputi inaccettabile perché contraria alla normativa vigente, all'ordine pubblico, al buon costume, ovvero la ritenga ingannevole, pregiudizievole per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori o non accoglitibile per motivi di opportunità.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio, minaccia o violazione del rispetto delle pari opportunità tra generi e/o tra etnie;
- d) veicolazione di marchio, logo o messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle normali regole e dagli usi consolidati in materia di disciplina pubblicitaria.

3. Sono esclusi dalla possibilità di sottoscrivere contratti di sponsorizzazione i soggetti (privati, società, associazioni o altri organismi) che non rispetti i principi posti a tutela dei diritti umani fondamentali e dei diritti previsti dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, con riferimento soprattutto alle materie dei diritti dei lavoratori, dei consumatori e alla protezione dell'ambiente.

4. Infine non possono rivestire la qualifica di *sponsor* i soggetti (privati, società, associazioni o altri organismi) che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale e per i quali sia stata disposta in precedenza la risoluzione di contratti o concessioni da parte del Comune a causa di gravi inadempienze, negligenza, malafede, con provvedimento divenuto inoppugnabile.

Art. 6 **Procedura di scelta dello sponsor**

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

2. La scelta dello *sponsor*, qualora non avvenga mediante applicazione del successivo articolo 8, è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 7.

3. Il procedimento per la conclusione del contratto di sponsorizzazione è avviato con una determinazione del Responsabile dell'Area che definisce:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la previsione dell'entrata monetaria attesa o il valore dei lavori, servizi, forniture da sponsorizzare;
- c) le modalità e forme di promozione dello sponsor;
- d) le modalità di scelta dello sponsor, lo schema dell'avviso e della modulistica per presentare l'offerta;
- e) l'eventuale capitolato.

4. L'avviso è pubblicato, per almeno 15 giorni consecutivi, all'albo pretorio on - line, sul sito internet istituzionale del Comune alla sezione Amministrazione Trasparente 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.

5. L'avviso deve indicare almeno i seguenti elementi:

- l'oggetto della sponsorizzazione e del suo valore;
- i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva e degli esecutori;
- le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte;
- l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- i criteri di valutazione delle offerte;
- l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 7;
- l'Area competente ed il responsabile del procedimento;
- le modalità di promozione dello sponsor, l'individuazione dell'eventuale spazio per la veicolazione dell'immagine dello sponsor e la durata del periodo del suo utilizzo;
- eventuali indicazioni e prescrizioni in ordine alla progettazione, alla direzione ed esecuzione del contratto.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:

- le dichiarazioni e la documentazione richiesta dall'avviso;
- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e suoi allegati, nonché nel presente regolamento;
- 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, imposte o canoni.

7. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri e delle modalità stabiliti nell'avviso medesimo.

8. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa. Nell'ipotesi di offerte concorrenti e non confliggenti, l'Amministrazione Comunale favorisce le co-sponsorizzazioni.

9. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima, il contratto è aggiudicato, di norma, in base ai seguenti criteri:

- a) maggiore valore economico offerto dal privato in termini di denaro o prestazioni;
- b) offerta economicamente più vantaggiosa, valutabile in base ad elementi economici e qualitativi individuati dal responsabile dell'area competente nell'avviso.

10. Prima dell'affidamento il Responsabile dell'Area precedente dovrà obbligatoriamente acquisire il parere tecnico dell'Area Viabilità ed Urbanistica.

11. I partecipanti alla procedura per l'affidamento di sponsorizzazioni non hanno diritto ad alcun rimborso spese.

Art. 7
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 dell'Area competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità e la congruità economica della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 6, che preveda a base di selezione l'importo ed il progetto proposto dal soggetto proponente nonché il diritto di prelazione a favore di quest'ultimo ai sensi del comma 3 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Le proposte devono evidenziare il servizio, il lavoro o la fornitura che si intende sponsorizzare, il valore del corrispettivo, le forme di veicolazione pubblicitaria.
Il potenziale sponsor deve comunque essere in possesso dei requisiti richiesti ai sensi del presente Regolamento e delle norme di legge vigenti in materia.
3. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare la propria proposta originaria, sotto il profilo tecnico ed economico, a quella eventualmente selezionata dall'Amministrazione Comunale a seguito delle procedure di cui al presente articolo, aggiudicandosi in tal modo la sponsorizzazione.

Art. 8
Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, previa valutazione di offerte spontanee di sponsorizzazione, nei seguenti casi:
 - a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui ai precedenti articoli;
 - 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 dell'offerta spontanea sotto il profilo tecnico ed economico, previa verifica dei requisiti necessari e di regolarità rispetto al presente regolamento, da parte del Responsabile dell'Area precedente il quale ne propone pertanto la accettazione alla Giunta Comunale con apposita deliberazione.

Art. 9
Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di apposito contratto, nel quale, in particolare, sono stabiliti:
 - a) l'oggetto del contratto, le finalità e la sua durata;

- b) la descrizione delle modalità di attuazione della sponsorizzazione, le forme di veicolazione previste e il diritto dello *sponsor* all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c) l'importo o valore della sponsorizzazione, le modalità e i tempi di pagamento del corrispettivo ed eventuali garanzie;
 - d) gli obblighi a carico dello *sponsor*, ivi compresa la prestazione di adeguate garanzie circa la corretta esecuzione del contratto, nonché l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e alla veicolazione del messaggio pubblicitario, ivi compresa la rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a suo carico;
 - e) gli obblighi a carico dell'amministrazione comunale in qualità di soggetto sponsorizzato;
 - f) la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento;
 - g) la disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione del contratto. In particolare dovrà essere inserita clausola risolutiva espressa per l'ipotesi in cui cause eccezionali non consentano al comune la realizzazione dell'iniziativa;
 - h) le prescrizioni in materia di controversie;
 - i) il divieto di cessione del contratto e dello spazio pubblicitario;
 - l) eventuali oneri relativi a imposte e canoni, spese di bollo, di registrazione e di contratto che dovranno essere poste a carico dello sponsor.
2. L'Amministrazione può definire nel contratto di sponsorizzazione specifiche clausole relative all'utilizzo dei propri segni distintivi e della propria immagine.
3. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile competente. Con detto contratto viene concessa anche l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario", fermi restando a carico del privato gli obblighi tributari e l'acquisizione di eventuali autorizzazioni previste dalla normativa vigente.

Art. 10 Sponsorizzazioni in relazione a contratti di appalto e concessione

- 1. L'Amministrazione Comunale può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti o concessioni di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni, a parziale scomputo dell'onere previsto a carico dell'ente.
- 2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.
- 3. Le attività di produzione intellettuale riferita ad opere lavori pubblici possono formare oggetto di contratti di sponsorizzazione alle condizioni fissate dalle disposizioni vigenti in materia, previo espresso indirizzo della Giunta Comunale.

Art. 11 Lavori servizi e forniture realizzati a cura e spese dello sponsor

- 1. Gli *sponsor* che effettuano direttamente la progettazione ed esecuzione di lavori, servizi e forniture definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni nonché i soggetti eventualmente individuati dagli stessi quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle

sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

2. L'Amministrazione Comunale impedisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto ed esercita i poteri di sorveglianza al fine di garantire il rispetto del contratto e della normativa vigente.

3. È di competenza dell'Amministrazione Comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo, i collaudi ivi compresi quelli in corso d'opera e la vigilanza sull'esecuzione.

4. I progetti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti e alla Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 12 Adempimenti contabili e fiscali

1. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come contratto a prestazioni corrispettive e per esso trova, quindi, applicazione la disciplina sull'I.V.A., secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e successive modifiche ed integrazioni, nonché la disciplina vigente in materia di imposte sui redditi, i regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle Entrate in materia.

2. Nel caso in cui il contratto di sponsorizzazione preveda l'erogazione di una somma di denaro da parte dello sponsor, l'Amministrazione Comunale emette fattura.

3. Nel caso in cui si configuri una sponsorizzazione che prevede un rapporto permutativo tra le parti, sussistendo i presupposti impositivi, sia sponsor che sponsee sono tenuti, in relazione all'operazione attiva da ciascuno effettuata, ad emettere fattura attiva ai sensi del D.P.R. 633/72 assoggettandolo all'aliquota IVA prevista dalla vigente normativa.

Art. 13 Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

1. La Giunta definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa generati dalla stipulazione di contratti di sponsorizzazione, assicurando, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica ed in particolare della spesa del personale, la destinazione di una quota per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività del personale del comparto di cui all'art. 15 comma 1 lett.d) del CCNL dell'1.04.1999 e del fondo di retribuzione di posizione e risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999.

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 dal D.Lgs. 196/2003 e ss.mm.ii..
3. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti dagli incaricati appartenenti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento. Titolare del trattamento è il Comune di Marsciano nella persona del Sindaco pro-tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla citata normativa.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento e nel rispetto della vigente normativa.

**Art. 15
Verifiche e controlli**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile dell'Area competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.
2. Le difformità o gli inadempimenti emersi in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicati e contestati allo sponsor. La comunicazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto.

**Art. 16
Norma di rinvio**

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, le procedure in materia di sponsorizzazioni si espletano nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241 e s.m.i. e delle disposizioni stabilite dal codice civile.
2. Restano ferme specifiche discipline di settore ed eventuali divieti di sponsorizzazione ivi contenuti.

Elenco firmatari

ATTO SOTTOSCRITTO DIGITALMENTE AI SENSI DEL D.P.R. 445/2000 E DEL D.LGS. 82/2005 E SUCCESSIVE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

Questo documento è stato firmato da:

NOME: MILLUCCI AUGUSTA

CODICE FISCALE: IT:MLLGST51P56D653H

DATA FIRMA: 23/12/2015 11:23:19

IMPRONTA: CA48BC80ADE495F10F4117C495787B234C433A9F