



COMUNE DI SCIOLZE
PROVINCIA DI TORINO

**REGOLAMENTO
PER LA STIPULA DEI CONTRATTI
DI SPONSORIZZAZIONE**

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 30 del 15/12/2010

INDICE

Art. 1 - Finalità	3
Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari.....	3
Art. 3 - Definizioni.....	3
Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	4
Art. 5 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor	4
Art. 6 - Procedura di scelta del contraente e criteri di valutazione.....	4
Art. 7 - Pubblicità.....	5
Art. 8 – Valutazione delle offerte.....	6
Art. 9 – Contratto di sponsorizzazione.....	6
Art. 10 - Clausola generale di rinvio	7
Art. 11 - Spese contrattuali.....	7
Art. 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	7
Art. 13 - Trattamento dei dati personali	8
Art. 14 - Aspetti fiscali	8
Art. 15 - Verifiche e controlli	8
Art. 16 - Riserva organizzativa	8

Art. 1 - Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione dell’articolo 43 della legge 449/1997 e dell’articolo 119 del D.Lgs. n. 267/2000, da ultimo recepite dall’articolo 26 del D.Lgs. 12/4/2006 n. 163 parzialmente modificato dall’articolo 3, comma 1, lettera c), del D.Lgs. 26/01/2007, n. 6; dell’articolo 15, comma 1, lettera d) del CCNL dell’1/04/1999, come sostituito dall’articolo 4, comma 4, del CCNL del 05/10/2001 (e dall’articolo 26, comma 1, lettera b) del CCNL del 23/12/1999 per l’area di dirigenza).

2. Sono ammesse solo le iniziative di sponsorizzazione che tendono a favorire l’innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

3. L’attività di sponsorizzazione è diretta a:

- a) recuperare maggiori risorse che consentano di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;
- b) migliorare gli standard di qualità o l’aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l’effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni e attrezzature al Comune;
- c) sostenere progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, 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 del Comune.

2. 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.

Art. 3 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento 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 beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
- c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;

d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del Piano Esecutivo di Gestione (P.E.G.) assegnati a ciascun Responsabile. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione 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 ordinaria, purché ciò, a giudizio dell'Amministrazione, non sia di nocimento al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale.

Art. 5 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

1. L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune è realizzata nei seguenti modi e sempre a costo zero:

a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, 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, deplianti, tabelloni luminosi, ecc.), sia nel sito WEB del Comune;

b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell' assetto urbano, il Comune permetterà che lo sponsor apponga cartelli o targhe indicanti lo sponsor che finanzia l' intervento o fornisce i beni.

2. Il Comune emette fattura allo sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori, servizi e beni, lo sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato, con il contratto di sponsorizzazione, del valore dei lavori, servizi o dei beni. A sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione. Allo sponsor compete altresì il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità per insegne e/o cartelli.

Art. 6 - Procedura di scelta del contraente e criteri di valutazione

1. La scelta del contraente avviene:

a) con procedure ad evidenza pubblica, ai sensi della normativa vigente - che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione – e siano tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di «sponsorizzazione», sempre che l'importo superi le previsioni del regolamento lavori, servizi e forniture in vigore nel Comune, ovvero:

- lavori di importo superiore ad €80.000,00
 - servizi e forniture di importo superiore ad €60.000,00
- b) nel rispetto delle disposizioni e degli importi di cui al regolamento lavori servizi e forniture in vigore nel Comune per importi inferiori di cui al punto precedente;

2. La scelta dello sponsor avviene mediante stipula diretta del contratto, senza previa pubblicazione di avviso, nei seguenti casi:

- a) iniziative per le quali sia da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità
- b) iniziative di importo inferiore ad €800,00 (IVA esclusa).
- c) sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, 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 di "mero mecenatismo" da parte dello sponsor, di importo inferiore ad €2.000,00.

Art. 7 - Pubblicità

1. Per le procedure ad evidenza pubblica vengono pubblicizzate mediante pubblicazione di un avviso di gara all'albo pretorio e sul sito web del Comune, per almeno 15 giorni.

2. 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 "capitolato, ove previsto;
- b) l'esatta determinazione degli obblighi a carico del Comune;
- c) le modalità, i termini di presentazione ed i criteri di valutazione dell'offerta di sponsorizzazione.

3. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica la fornitura, il servizio, il lavoro, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare e l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

4. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) per le persone fisiche:

- il possesso dei requisiti di cui all'art. 38 del D.Lgs. n. 163/2006 e l'inesistenza delle condizioni di impedimento a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della L. 24/11/1981, n. 689.

b) per le persone giuridiche:

- che l’impresa è iscritta alla Camera di Commercio e non si trova in stato di fallimento, liquidazione coatta, amministrazione controllata o concordato preventivo, e che non sia in corso un procedimento per la dichiarazione di una di tali situazioni;
- che l’impresa ed i suoi legali rappresentanti non si trovano in alcuna delle condizioni che comportano l’incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione; -che si accettano tutte le norme e condizioni di cui al Capitolato Speciale d’appalto ed alla lettera d’invito;

5. 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.

6. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l’utilizzazione dello “spazio pubblicitario” espressamente indicato nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione.

Art. 8 – Valutazione delle offerte

1. Le offerte verranno valutate da una apposita Commissione tecnica, in base ai criteri indicati nell’avviso pubblico o nella lettera di invito, finalizzate a reperire la disponibilità della sponsorizzazione o della speciale attività di collaborazione, da stabilirsi e disciplinarsi sulla base e in relazione alla tipologia dell’intervento.

Art. 9 – Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un 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.

2. Le parti possono risolvere, per motivate ragioni, il presente contratto, con preavviso di 60 giorni, comunicato con lettera raccomandata.

3. Il contratto si intende risolto senza alcuna penalità per il Comune:

- qualora lo sponsor o gli sponsor risultino inadempienti in modo grave e/o continuato in relazione ai loro rispettivi obblighi;

- qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa/dell'attività/del progetto;
- qualora la sponsorizzazione e gli strumenti attuativi della stessa contrasti con prescrizioni di leggi o di regolamenti o non sia diretta al perseguitamento di interessi pubblici;
- qualora si verifichino forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

4. Le modalità di associazione del nome e del marchio dei soggetti terzi devono presentare caratteri tali da essere coerenti con la natura dell'iniziativa e comunque non lesivi della dignità istituzionale del Comune.

Art. 10 - Clausola generale di rinvio

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente contratto si fa rinvio:
 - a) per gli elementi di disciplina contrattuale alle disposizioni regolamentari concernente i criteri per la stipulazione dei contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati, nonché alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
 - b) per l'utilizzo del marchio e dei segni distintivi al R.D. n. 929/1942 ed al D.Lgs. n. 480/1992 e successive modificazioni, nonché in genere alla normativa in materia.

Art. 11 - Spese contrattuali

1. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.

Art. 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative o comunque un qualsiasi elemento che possa nuocere al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale;
 - 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 diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, nonché produzione di armi;

- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 13 - 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 dalla legge in materia di protezione dei dati personali.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Sciolze.

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

5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 14 - Aspetti fiscali

1. Ai fini dell'applicazione dell'imposta sul valore aggiunto il valore della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma versata dallo sponsor o al valore in denaro dei lavori, servizi e forniture dallo stesso eseguiti o prestati.

2. Il bilancio e il PEG evidenziano le entrate acquisite.

Art. 15 - 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, quantitativi e qualitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 16 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Sciolze secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' tuttavia facoltà del Comune di Sciolze, 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.

3. Il presente regolamento entra in vigore trascorsi 15 giorni dalla pubblicazione della delibera di approvazione dello stesso.