



Comune di Sant'Urbano

PROVINCIA DI PADOVA

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1

Finalità del regolamento

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell' art. 119 del D.Lgs n. 267/2000, nell'art. 120 D.Lgs. n. 42 del 2004 e nell'art. 19 del D.Lgs n. 50/2016.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali con il perseguimento dell'obiettivo del risparmio di spesa.

ART. 2

Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a. per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) – od eventualmente il Comune unitamente ad un soggetto promotore di un evento - 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 “sponsee”: l'Amministrazione comunale beneficiaria della sponsorizzazione, che rende una prestazione di mezzi consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor nei modi previsti dal 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

Individuazione dello sponsor

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 dell'ente.

Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta 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 funzionari competenti.

La Giunta demanda le fasi attuative e gestionali alla competenza del funzionario del servizio interessato, che vi provvede in base alla presente regolamentazione.

Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, opere e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente.

Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione ed è ammessa la ricerca sponsor a cura del promotore in caso di eventi svolti in compartecipazione con un soggetto promotore privato.

I contratti di sponsorizzazione possono avere a titolo di corrispettivo a carico dello sponsor somme di denaro (c.d. Sponsorizzazione pura) o messa a disposizione di beni, servizi o lavori per un valore pari a quello del contratto (c.d. Sponsorizzazione tecnica). In tal caso si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato dei beni, prestazioni o lavori erogati dallo sponsor.

È ammessa la proposta da parte dello sponsor di procedere direttamente ad acquisire beni e servizi per conto dell'amministrazione nell'ambito delle attività programmate nel rispetto delle prescrizioni impartite dall'amministrazione e del presente regolamento.

È altresì ammessa la realizzazione di un accordo di collaborazione con il quale l'amministrazione compartecipa esclusivamente per quota parte alla realizzazione di un servizio/bene ed il prestatore di servizio, previamente individuato secondo le vigenti disposizioni di legge, si impegna a reperire quota parte dell'importo necessario acquisendo in proprio sponsorizzazioni nel rispetto delle prescrizioni impartite dall'amministrazione e del presente regolamento.

ART. 4

Esecuzione della sponsorizzazione

I progetti di sponsorizzazione possono riguardare le seguenti attività ovvero attività similari o analoghe:

- sponsorizzazione di eventi sportivi, turistici, culturali;
- abbinamenti commerciali di area comunale ad una azienda
- cura di aree verdi
- servizi di manutenzione ed altri servizi
- fornitura beni o prestazioni di servizi
- sponsorizzazioni opere pubbliche e beni del patrimonio culturale
- posizionamento del marchio sponsor in spazi ed immagini riconducibili all'ente

Lo sponsor che effettua direttamente la progettazione ed esecuzione di lavori, servizi e forniture quale corrispettivo delle sponsorizzazioni, o i soggetti eventualmente individuati dallo stesso quali progettisti o esecutori, devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

L'Amministrazione comunale impartisce 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.

Compete all'Amministrazione comunale l'approvazione dello studio di fattibilità tecnico economico, del progetto definitivo ed esecutivo, i collaudi (ivi compresi quelli in corso d'opera) e

la vigilanza sull'esecuzione.

I progetti di sponsorizzazione inerenti beni culturali, qualora necessario, sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza e agli altri uffici sovracomunali competenti, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti.

Il Comune di Sant'Urbano si impegna nei confronti dei soggetti individuati come sponsor (anche nel caso in cui siano individuati da un soggetto promotore che partecipa all'organizzazione di un evento) ad autorizzare l'associazione del proprio logo/marchio a quello dell'ente, a garantire la visibilità dello sponsor nelle conferenze stampa e nel materiale promozionale, ad autorizzare l'apposizione di striscioni nell'area evento, a dare notizia dell'accordo in tutte le campagne promozionali nonché di valutare, sentita la giunta comunale, l'installazione nell'area dell'evento di gazebo per la distribuzione e /o la vendita del prodotto sponsorizzato e di materiale di merchandising e ad esonerare dal pagamento del suolo pubblico.

Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta a favore dell'Amministrazione comunale di somme di denaro, di forniture, servizi o lavori quando tali erogazioni sono effettuate dal privato a titolo di liberalità, di contributo o di mero "mecenatismo". L'accettazione di tali erogazioni da parte dell'Amministrazione comunale è subordinata ad una verifica anche ai sensi dell'articolo successivo.

ART. 5

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

La scelta dello sponsor è effettuata mediante il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, trasparenza, parità trattamento, proporzionalità, pubblicità.

Ferme restando eventuali specifiche discipline di settore, lo sponsor è individuato, di norma, mediante pubblicazione di apposito avviso all'albo pretorio, nel sito internet del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione. Per le acquisizioni di beni e servizi sotto i 40.000,00 è ammesso anche l'interpello diretto dell'operatore commerciale interessato alla sponsorizzazione ovvero la trasmissione di lettere invito ad operatori selezionati sulla base delle esigenze del singolo evento.

L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
- b. l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione e/o dei servizi offerti e la loro durata;
- c. i requisiti dei partecipanti e degli eventuali esecutori del contratto individuati dallo sponsor;
- d. l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- e. i criteri per la valutazione delle proposte e l'eventualità di co-sponsorizzazioni;
- f. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;

L'offerta deve essere accompagnata da autocertificazioni attestanti il possesso dei requisiti prescritti dall'art. 80 D.Lgs. n. 50/2016 e della capacità di contrarre con l'amministrazione

pubblica nonché l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal responsabile dell'area interessata, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione, fatta salva la possibilità di sponsorizzazione plurima ove possibile.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del servizio interessato che autorizzata, altresì, l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto, anche mediante scambio di corrispondenza.

ART. 6

Proposte spontanee

Fermo restando quanto previsto dagli articoli precedenti, l'Amministrazione comunale può recepire, nei modi di seguito indicati, proposte d'interesse pubblico e convenienti per l'Ente, da parte di soggetti privati che intendano assumere la veste di sponsor per la realizzazione di lavori, servizi e forniture di valore inferiore a 40.000,00 euro.

Le proposte devono indicare il servizio, il lavoro o la fornitura che si intende sponsorizzare, il valore del corrispettivo, le forme di veicolazione pubblicitaria e l'eventuale richiesta di diritto di esclusiva.

L'Amministrazione valuta la proposta e, se la ritiene d'interesse pubblico, garantisce adeguate forme di pubblicità, per acquisire eventuali ulteriori offerte. La pubblicità ha la durata di almeno 15 giorni consecutivi.

Tenuto conto della normativa vigente e dei principi di ragionevolezza, proporzionalità e semplificazione, il funzionario competente ha facoltà di procedere motivatamente all'affidamento diretto del contratto, previa verifica dei requisiti necessari e della congruità dell'offerta spontanea sotto il profilo tecnico ed economico, nei seguenti casi:

- urgenza di provvedere, qualora la tempistica della proposta o dell'attività sponsorizzata non consentano l'esperimento delle procedure comparative e l'offerta appaia comunque conveniente per l'Amministrazione comunale;
- qualora trattasi di lavori, servizi o forniture che, per le loro caratteristiche, possono essere offerte solamente da un soggetto determinato.

In caso di offerta di denaro l'affidamento del servizio, lavoro o fornitura sponsorizzato dovrà essere effettuata secondo le procedure previste dal precedente articolo.

ART. 7

Contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono gli elementi essenziali:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) le forme di veicolazione previste e il diritto dello sponsor alla utilizzazione, anche non esclusiva, dello spazio pubblicitario;
- d) la durata del contratto;
- e) il valore o corrispettivo;
- f) gli impegni reciproci, le responsabilità, le eventuali garanzie richieste;
- g) le possibili cause di risoluzione del contratto ed i loro effetti. In particolare dovrà essere inserita una clausola risolutiva espressa per l'ipotesi in cui cause eccezionali non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa e dovranno essere definiti i reciproci rapporti per tale evenienza;
- h) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- i) il termine della rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a carico del privato;
- j) eventuali prescrizioni in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto;
- k) eventuale divieto di cessione del contratto e dello spazio pubblicitario;
- l) specifiche clausole inerenti all'uso dei segni distintivi dello sponsor (marchio, logo ecc) secondo la normativa vigente;
- m) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- n) eventuali oneri relativi a imposte e canoni, spese di bollo, di registrazione e di contratto, che dovranno essere posti a carico dello sponsor.

L'Amministrazione comunale può mettere a disposizione dello stesso "spazi fisici o digitali" di volta in volta individuati in relazione all'iniziativa.

Qualora siano previsti impianti pubblicitari, targhe o altri supporti, gli stessi sono realizzati integralmente a cura e spese dello sponsor nel rispetto della normativa vigente e delle prescrizioni indicate dagli uffici comunali competenti.

ART. 8

Versamento del corrispettivo

Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione in denaro deve essere eseguito, previa fattura dell'Amministrazione comunale, di norma entro 15 gg. dalla sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale. Il contratto può prevedere diverse modalità di pagamento del corrispettivo.

A garanzia di detto importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo sponsor deve costituire, se richiesta, apposita garanzia a favore dell'Amministrazione comunale, prima della sottoscrizione del contratto.

Nell'ipotesi di sponsorizzazione a cura e spese dello sponsor, quest'ultimo deve provvedere a pagare direttamente l'eventuale fornitore del bene o servizio oppure l'esecutore dei lavori, previo nulla osta dell'Amministrazione comunale di attestazione dell'avvenuta regolare esecuzione delle

prestazioni.

Qualora la sponsorizzazione preveda, quale corrispettivo della stessa, la fornitura di beni o servizi o lavori da parte dello sponsor, si configura come operazione permutativa ai sensi dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633. Ai fini dell'IVA, il valore della fatturazione per la sponsorizzazione equivale al corrispettivo indicato nel contratto di sponsorizzazione.

Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo in favore dell'Amministrazione comunale sarà causa di risoluzione, di diritto, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Ente sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia.

Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" può coincidere con l'intero stanziamento previsto in bilancio per la specifica iniziativa o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato. In tal caso, il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato.

Art. 9

Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni

Sono considerati risparmi di spesa le risorse finanziarie di spesa corrente, assegnate con il Piano esecutivo di gestione, riconducibili agli interventi di "acquisizione beni di consumo", "prestazione servizi", "utilizzo di beni di terzi", che dovessero risultare non utilizzate a seguito della stipula di un contratto di sponsorizzazione.

La Giunta comunale definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa di cui al comma 1, 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.

ART. 10

Diritto di rifiuto alle sponsorizzazioni

L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;

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

ART. 11

Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo dalla pubblicazione all'albo pretorio.