



COMUNE DI SANTA LUCIA DI PIAVE
PROVINCIA DI TREVISO

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

APPROVATO CON DELIBERAZIONE DI CONSIGLIO COMUNALE N. 7 DEL 27.02.2004

Art. 1 – Oggetto e Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione comunale, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D. Lgs. 267/2000, nonché nelle vigenti norme contrattuali.
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. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

Art. 2 – Contenuti delle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, in particolare con imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed, in generale, con tutti coloro che, in ragione della propria attività, si occupano di problematiche, non in conflitto con l'interesse pubblico, per realizzare o acquisire a titolo gratuito a favore dell'Amministrazione Comunale – lavori pubblici, servizi, prestazioni, beni, attività o comunque interventi ordinariamente inseriti nei suoi programmi ed obiettivi. Il risultato della sponsorizzazione e/o collaborazione si concretizza, quindi, nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, 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 una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a favore del Comune (sponsee), che a sua volta si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative destinate al pubblico, a diffondere il nome dello sponsor tramite prestazioni accessorie di veicolazione del marchio, del logo o di altri messaggi a favore dello sponsor.
 - b) per “sponsorizzazione e/o collaborazione”: ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, lavori o comunque interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la ragione sociale e/o marchio aziendale;
 - c) per “sponsor”: il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - d) per “promotore”: un soggetto privato che presenta all'Amministrazione Comunale una proposta di contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione corredata da programma, preventivo, progetto, ecc.
 - 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. 4 – Progetto di sponsorizzazione

1. Sulla base delle linee di indirizzo definite dal presente Regolamento, la Giunta assegna al Responsabile del Servizio gli obiettivi finalizzati all'attuazione della procedura di sponsorizzazione. Il Responsabile del Servizio competente predispone apposito progetto di sponsorizzazione, finalizzato ad individuare le possibili iniziative da attivare, previa analisi di mercato.
2. Il progetto di sponsorizzazione può prevedere una o più delle seguenti iniziative:
 - 2.1. Sponsorizzazioni sul sito internet del Comune: trattasi della possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese private riservandosi la clausola di gradimento.
 - 2.2. Concessione del marchio comunale come strumento promozionale. Trattasi di marchio commerciale di derivazione dello stesso stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese private per l'apposizione dello stesso sui propri prodotti, sulle insegne, in abbinamento ai loghi aziendali ecc.
 - 2.3. Sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali e altro.
 - 2.4. Utilizzo a fini pubblicitari di spazi posti all'interno e all'esterno degli edifici comunali (es. tabelloni elettronici, bacheche con pubblicazioni di matrimonio, ascensori, sale riunioni ritenute idonee, palestre, piscine, impianti sportivi, androni);
 - 2.5. Utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (es. buoni mensa, cedolini stipendi, bollette acqua, carta intestata, buste, ecc.)
 - 2.6. Titolazione di spazi (es. sale del teatro, palestre, sale riunioni, altro)
 - 2.7. Abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento; di una piazza; di una via; di un ponte; di un'isola pedonale; di una fontana; di una pensilina e altro)
 - 2.8. Cura di aree verdi affidate a ditte (il marchio dell'impresa sarà esposto presso il giardino curato dal Comune a spese della ditta o direttamente dalla ditta stessa);
 - 2.9. Servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole e palestre, e simili)
 - 2.10. Fornitura di beni (es. materiale d'arredo, panchine, cestini gettacarta, fioriere, rastrelliere porta bicicletta, stampati e altro);
 - 2.11. Fornitura di infopoint e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dal Comune;
 - 2.12. Marchiatura delle portiere delle automobili del Comune;
 - 2.13. Predisposizione di gadget (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento Comune – azienda sponsorizzata;

- 2.14. Sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori;
- 2.15. Sponsorizzazione di opere, realizzazione di rotonde spartitraffico;
- 2.16. Sponsorizzazioni diverse con comunicazioni sonore e visive mediante utilizzo della telefonia fissa e mobile
- 2.17. Altre iniziative similari anche per mezzo di eventuali nuove tecnologie di comunicazione.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del piano esecutivo di gestione assegnati ai Responsabili dei Servizi. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici ai Responsabili dei Servizi per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può, inoltre, riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previste a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.
3. Le iniziative di sponsorizzazione possono comportare per il bilancio del Comune sia riduzione di spesa, sia incrementi di entrata.

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione tramite scelta dello sponsor da parte del Comune

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, a mezzo di trattativa privata preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso. Qualora le sponsorizzazioni riguardino prestazioni rientranti tra quelle previste dal Regolamento Comunale di semplificazione dei procedimenti di spese in economia, le relative procedure saranno quelle previste dal Regolamento stesso o ad esso riferibili per analogia.
3. E' tuttavia facoltà del Comune, 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, scelte mediante procedura ad evidenza pubblica o gare ufficiose come previsto nel successivo art. 7.
4. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio ed eventualmente in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione, quali, ad esempio, inserimento nel sito internet del Comune ed invio alle associazioni di categoria.
5. 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.
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
- a) il bene, il servizio, l'immagine, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

a) per le persone fisiche:

1. l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
2. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
3. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
4. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa .

b) 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 o dei legali rappresentanti.

per i soggetti pubblici

- a) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
- b) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

8. 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.
9. Le offerte di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, sono approvate con atto deliberativo dalla Giunta tenuto conto di quanto previsto dal presente regolamento.

Art. 7 - Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor

Il Comune può decidere di affidare l'incarico per la ricerca di sponsor a ditte specializzate nel campo della pubblicità, scelte tramite gara ufficiosa, secondo le procedure previste dal Regolamento Comunale di semplificazione dei procedimenti di spese in economia, o altra procedura ad evidenza pubblica.

La procedura di gara viene avviata dal Comune mediante definizione di specifico bando contenente le caratteristiche dell'incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto – offerta.

Il Comune individua l'aggiudicatario sulla base di pre-requisiti per l'ammissione quali:

- 1 volume d'affari dell'ultimo triennio;
- 2 struttura organizzativa (numero dipendenti, divisioni, filiali ecc.)
- 3 precedenti esperienze nell'ambito delle sponsorizzazioni per gli enti pubblici
- 4 curriculum professionale, con particolare rilievo per l'attività svolta in ambito pubblico

e valuta l'offerta sulla base di:

5. compenso richiesto al Comune, da esprimersi in termini di percentuale sul fatturato del Comune conseguente l'attività di sponsorizzazione procacciata dall'agente.

Art. 8 – Iniziativa da parte di un “promotore” per la stipula di un contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione.

1. Un soggetto privato di seguito chiamato “promotore” può presentare all'Amministrazione Comunale una proposta di contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione mediante offerta adeguatamente documentata da un preventivo, progetto e relativo capitolato, ecc. con i contenuti di cui all'art. 2 del presente Regolamento.
2. Entro 10 giorni dalla ricezione della proposta di cui al precedente punto 1, il Responsabile del Servizio competente per materia provvede alla comunicazione al promotore del nominativo del Funzionario nominato responsabile del procedimento che, nei successivi 10 giorni, procederà alla verifica della completezza dei documenti ed alla eventuale dettagliata richiesta di integrazione di atti, documenti ecc., entro i successivi giorni 20 dalla richiesta, prorogabile per una sola volta, a richiesta motivata del promotore, di ulteriori giorni 10.
3. Conclusa l'istruttoria preliminare, la proposta viene sottoposta alla Giunta Comunale, a cura del Responsabile del Servizio competente, per l'approvazione della proposta o il diniego giustificato, anche per i motivi di cui al successivo articolo 12.
In sede di esame della proposta si dovrà considerare particolarmente la fattibilità della stessa con riferimento all'interesse pubblico ed in particolare l'inesistenza di conflitti tra l'interesse pubblico e l'attività privata.
4. In caso di approvazione della proposta presentata da parte della Giunta Comunale, il Responsabile del Servizio competente, senza ritardo, dovrà dare pubblicità alla stessa mediante pubblicazione all'Albo Pretorio per la durata di giorni 30, sul sito Internet del Comune e in altra forma ritenuta di volta in volta più conveniente per una migliore conoscenza in base al contenuto ed oggetto della proposta di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.
5. Nell'eventualità che nei successivi 30 giorni dalla scadenza del termine di pubblicazione all'Albo pervenga altra/e proposta/e, l'Amministrazione, con modalità e criteri – da indicare obbligatoriamente nell'avviso da pubblicare all'Albo di cui al precedente punto 4 – procederà alla comparazione della proposta del promotore con quella/e degli altri soggetti. In caso che non venga presentata altra/e proposta/e il contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione verrà stipulato con il promotore dell'iniziativa nei successivi 30 giorni.
6. In caso di presentazione di più proposte, la pronuncia definitiva dell'Amministrazione, in ordine alla proposta scelta, dovrà avvenire, in ogni caso, entro 90 (novanta) giorni decorrenti dalla data della pubblicazione dell'avviso all'Albo di cui al precedente punto 4, mediante comunicazione a mezzo raccomandata A.R. agli interessati degli esiti della comparazione.

7. A seguito delle procedure di cui sopra, il promotore, entro 20 giorni dalla ricezione della comunicazione, potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione economicamente più vantaggiosa. In questo caso il promotore risulterà aggiudicatario del contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione da lui stesso promosso. In caso contrario risulterà aggiudicatario il soggetto che presentato la migliore proposta e si provvederà alla stipula del contratto nei successivi 30 giorni.

Art. 9 – Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione tra le parti di un apposito contratto nel quale sono richiamati i riferimenti della normativa, dei regolamenti, di specifiche deliberazioni e altri atti amministrativi e stabiliti in particolare:
 - a) oggetto e finalità;
 - b) impegni dello sponsor;
 - c) impegni dello sponsor ente Comune;
 - d) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - e) determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione;
 - f) eventuale clausola di esclusiva;
 - g) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - h) verifiche contrattuali;
 - i) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 10 – Contratto di sponsorizzazione dei lavori pubblici

Ai contratti di sponsorizzazione che prevedono come controprestazione la realizzazione di lavori pubblici non si applicano le disposizioni di cui alla Legge 11 febbraio 1994 n. 109 (cosiddetta Legge Merloni) ad esclusione dell'art. 8 della stessa.

Art. 11 - Utilizzo delle risorse derivanti dalle sponsorizzazioni

Le risorse derivanti dai contratti di sponsorizzazione, derivanti da maggiori entrate o economie di spesa, sono destinate, ad essere utilizzate in analogia a quanto previsto per le amministrazioni statali dall'art. 43 comma 2 legge 449/1997.

La specifica ripartizione di tale percentuale dovrà essere stabilita di anno in anno, nel rispetto delle vigenti norme legislative e contrattuali, previo accordo con le OO.SS.

Art. 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora manchino o vengano meno durante l'esecuzione del contratto, le limitazioni di cui alla Legge 449/1997 art. 43 comma 3.
2. L'amministrazione comunale si riserva altresì la facoltà di rifiutare proposte di sponsorizzazioni quando:
 - 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;
 - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
3. 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;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 13 – Aspetti contabili

1. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono inserite, secondo quanto previsto dal Dlgs 267/2000 e dal Dpr 194/1996, nel bilancio di previsione ad inizio anno, o durante l'anno con successiva variazione, sulla base di criteri prudenziali.
2. Le risorse individuate come maggiori entrate sono contabilizzate tra le entrate extratributarie al Titolo III categoria 1. Le risorse individuate come minori spese sono comunque contabilizzate a bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di consentire la regolarizzazione contabile e il rispetto della normativa fiscale.
3. Le risorse individuate come minori spese e costituite nella fornitura da parte dello sponsor di beni sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto di ammortamento economico.
4. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono altresì contabilizzate nel rendiconto, parte finanziaria di cui conto del bilancio e parte economico-patrimoniale, di cui conto del patrimonio e conto economico, nel rispetto della normativa e dei principi contabili vigenti.

Art. 14.- Aspetti fiscali

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
2. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore del servizio o del bene, soggetta ad Iva, e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetta ad Iva, per il messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.
3. In caso di contratto di sponsorizzazione relativo a servizi di manutenzione del verde pubblico con collocazione di cartelli pubblicitari su area appartenente al demanio specifico o al patrimonio indisponibile dell'ente, trova applicazione la normativa Tosap di cui D. Lgs 507/1993 e s.m.i. in quanto si è in presenza di un'entrata tributaria e non di un corrispettivo. In questo caso, lo sponsor dovrà comunque emettere fattura al Comune, facendo riferimento al valore normale del servizio reso.

Art. 15 - 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 dall'art. 13 della legge 31.12.1996, n. 665 e successive modificazioni.
- 3 Titolare del trattamento dei dati è il Comune di in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge di cui sopra.
- 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.16 - 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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione e comunque l'immediato intervento dello sponsor per il ripristino sui livelli ottimali della prestazione convenuta.

Art. 17 - Rinvio

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio:
 - a) per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
 - b) per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi alla normativa specifica in materia.

Art. 18 - Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore alla data di esecutività della delibera di approvazione, salve diverse disposizione di legge.
Per quanto non previsto nel presente Regolamento, si fa riferimento alle norme e leggi vigenti.