



COMUNE DI ARGENTA

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

**Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale nr. 6 del
04/02/2017**



**COMUNE DI ARGENTA
(PROVINCIA DI FERRARA)**

REGOLAMENTO

PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

*Approvato con delibera di C.C. n....del.....
In vigore dal*

INDICE

- ART. 1 - Oggetto e finalità*
- ART. 2 - Definizioni*
- ART. 3 - Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni*
- ART. 4 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni*
- ART. 5 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione*
- ART. 6 - Adozione di aree verdi*
- ART. 7 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali*
- ART. 8 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive*
- ART. 9 - Sponsorizzazioni plurime*
- ART. 10 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor*
- ART. 11 - Affidamento diretto*
- ART. 12 - Qualificazione dello sponsor e/o degli esecutori*
- ART. 13 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione*
- ART. 14- Obblighi a carico del Comune*
- ART. 15 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor*
- ART. 16 - Aspetti contabili e fiscali*
- ART. 17 - Controlli e verifiche*
- ART. 18 - Trattamento dati personali*
- ART. 19 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni*
- ART. 20 - Rinvio*
- ART. 21 - Entrata in vigore*

Articolo 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le procedure relative alla stipula dei contratti di sponsorizzazione, ai quali l'Amministrazione comunale può ricorrere, in attuazione delle disposizioni contenute:

- nell'art. 43 della legge 449/1997;
- nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000;
- nell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004;
- nell'art. 19 del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni, nel perseguimento dell'interesse pubblico, costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:

- una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
- una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
- economie di spesa.

3. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

Articolo 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento, si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione" un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un predeterminato corrispettivo -in denaro, beni, servizi, opere- o ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il proprio nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto;

b) per "sponsorizzazione" ogni corrispettivo in denaro, fornitura di beni, prestazione di servizi, realizzazione di opere pubbliche e/o di pubblica utilità, o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, attività, prodotti, servizi e simili;

c) per "sponsor" la persona fisica o giuridica che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;

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

Art.3– Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni

1. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici.

2. Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività, i beni, i servizi, i lavori previsti nella programmazione dell'Ente ed a carico del Bilancio comunale, fra le quali si indicano a titolo esemplificativo e non esaustivo:

a. fiera;

b. attività od eventi a rilevanza artistico, culturale o spettacolare di differente tipologia promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;

c. eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;

d. attività di promozione turistica, di marketing e promozione territoriale;

e. attività di comunicazione, realizzazione di periodici;

f. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, del patrimonio arboreo, di aree diverse e immobili comunali, di arredo urbano;

- g. fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredi;
- h. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità.

3. Il Dirigente del Settore competente predispone i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adotta gli atti di gestione necessari al raggiungimento dei correlativi obiettivi. Nel caso in cui la sponsorizzazione non corrisponda a programmi dell'Ente, il Dirigente opera previa decisione della Giunta comunale.

4. Il Comune è legittimato ad inserire, a propria discrezione, la c.d. clausola sponsor in qualunque procedimento di gara, la quale preveda a carico del partecipante l'obbligo, in caso di aggiudicazione, di sponsorizzare attività comunque rientranti nelle fattispecie di cui al precedente comma 2, purché la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione, non divenga criterio preponderante.

Art. 4–Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:

- a) somme di denaro;
- b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura dello sponsor.

2. Nel caso di cui al punto 1.b), si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

Art. 5 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 20% al momento della conclusione del contratto e il restante secondo un piano predisposto dal Dirigente del Settore a cui spetterà la valutazione delle modalità.

2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole di cui all'art.103 del D.Lgs. n.50/2016.

Art. 6 - Adozione di aree verdi

1. Il Comune, con deliberazione della Giunta comunale, può procedere all'individuazione delle aree comunali destinate a verde pubblico che possono essere assegnate in "adozione" a società, associazioni o privati in genere.

2. L'adozione consiste nell'obbligo dello sponsor di provvedere alla realizzazione del primo impianto dell'area e/o alla manutenzione della stessa.

3. Lo sponsor deve presentare, sia per la realizzazione dell'impianto che per la manutenzione, un progetto tecnico che, approvato dall'organo comunale competente, costituisce allegato al contratto di sponsorizzazione.

4. Il progetto può anche essere fornito dall'Amministrazione comunale. In ogni caso, esso deve contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni.

5. La pubblicità viene assicurata tramite l'inserimento nell'area verde di appositi cartelli o targhe.

6. L'area non deve in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni d'impianto ed a quelle relative alla manutenzione.

7. Il contratto di sponsorizzazione ha durata pari a quella indicata nel progetto.

Art. 7 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali

1. Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture eventi per oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni del D.Lgs. 50/2016 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

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

Art. 8 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:

- a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo Sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
- c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

- a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;
- d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

- a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D. Lgs, 18 aprile 2016, n. 50, per quanto applicabile;
- b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione ONU 2003/16 del 13 agosto 2003:
 - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
 - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - diritti dei lavoratori;
 - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
 - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
 - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.
- c) abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale.

4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

Art. 9 - Sponsorizzazioni plurime

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 od oggetto.

Articolo 10 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione il cui valore è superiore ad € 40.000 (IVA esclusa) è preceduto dalla pubblicazione sul sito internet del Comune e sull'albo pretorio online, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.

2. L'avviso pubblico, unitamente all'eventuale capitolato/progetto di sponsorizzazione, è approvato con determinazione del Dirigente del Settore competente, che può anche stabilire, di volta in volta, forme di pubblicità ulteriori per favorire una maggiore conoscenza e partecipazione all'iniziativa.

4. L'avviso deve indicare almeno:

- l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dell'eventuale capitolato/progetto di sponsorizzazione;
- l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
- i requisiti di partecipazione;
- le modalità e il termine per la presentazione delle offerte;
- i criteri di ammissibilità delle offerte;
- l'eventuale importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.

5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento tra gli operatori che abbiano manifestato interesse.

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

- le dichiarazioni richieste dall'avviso;
- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

Art. 11 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni:

- a) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000 (IVA esclusa);
- b) in caso sia stata esperita, per due volte, infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art.10;
- c) in casi adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Dirigente del Settore procedente.

Art. 12- Qualificazione dello sponsor e/o degli esecutori

1. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano

applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori.

2. L'ufficio procedente impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

Art. 13 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1|. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto;
- b) gli obblighi delle parti e le modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione e la definizione degli aspetti fiscali;
- d) la durata del contratto;
- e) l'eventuale clausola di esclusiva;
- f) i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso d'inadempimento;
- g) la facoltà di recesso da parte del Comune, nei casi in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno;
- h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i) l'eventuale cauzione;
- j) il Foro competente in caso di controversie;
- k) la disciplina delle spese contrattuali.

Art. 14 - Obblighi a carico del Comune

1. Il Comune, quale controprestazione ai beni e/o lavori e/o servizi forniti dallo sponsor, potrà realizzare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:

- riproduzione del marchio-logo o delle generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc.) e/o nel sito WEB del Comune, all'interno dello spazio informativo dell'attività interessata;
- posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o le generalità dello sponsor sui beni durevoli o sulle aiuole oggetto della sponsorizzazione;
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc.);
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (buoni mensa, bollette, carta intestata, biglietti d'ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, ecc.);
- altri interventi simili a quelli riportati nei punti precedenti.

2. Le forme di pubblicità possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo. Le stesse sono determinate in sede di stipulazione del contratto.

3. L'imposta sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al Comune o al concessionario, nella misura di legge.

Art. 15- Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. Il Comune previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure sugli appalti di servizi previste dal "Codice dei contratti" (D.Lgs.50/2016).

Art. 16 - Aspetti contabili e 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, alla cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

2. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad IVA di legge", e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo di IVA. Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.

3. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta all'Iva, e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad Iva, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.

4. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:

a) contributi economici: il Comune, ad avvenuto pagamento, emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto;

b) cessione gratuita di beni e/o lavori e/o servizi: lo sponsor fatturerà al Comune un importo pari al valore stimato, stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori o dei servizi ceduti. In conseguenza, il Comune provvederà ad emettere fattura allo sponsor di uguale importo, a titolo di sponsorizzazione, con compensazione contabile delle due fatture;

c) adozione di aree verdi: lo sponsor provvederà a fatturare al Comune gli importi indicati nel preventivo e recepiti nel contratto, al termine della sistemazione e, qualora sia previsto che nel corrispettivo cui è tenuto lo sponsor rientri anche la manutenzione delle aree, dopo ogni anno di manutenzione; a sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.

5. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed alla registrazione del contratto di sponsorizzazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.

Art. 17 - Controlli e verifiche

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 notificate allo sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.

3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali produce la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

Art. 18 - Trattamento dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs. 196/2003.

2. I dati, trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 19 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

I. Sono considerati risparmi di spesa:

a) le somme previste in bilancio e non utilizzate a motivo dell'intervento dello sponsor, nei limiti del

valore economico della sponsorizzazione;

b) le sponsorizzazioni in denaro a fronte della concessione di spazi pubblicitari all'interno di proprie

iniziative o manifestazioni.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

a) implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, nel rispetto dei limiti stabiliti dalle vigenti norme in materia;

b) finanziare altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

Art. 20 – Rinvio

I. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.

2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

Art. 21 - Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore con le modalità ed i termini previsti dall'art.4 dello Statuto comunale.