

**Regolamento approvato allegato alla
Deliberazione di C.C. n. 25 del 03/06/2009**

**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI**

**ART. 1
OGGETTO E FINALITA'**

1. Il presente regolamento disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell'Amministrazione comunale alla sponsorizzazione, come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività e servizi, in attuazione delle disposizioni di cui all'art. 43 della Legge n. 449/1997, dall'art. 119 del D.lgs. n. 267/2000, dall'art. 14 comma 1 lettera d del CCNL di comparto del 01.04.1999, come sostituito dall'art. 4 comma 4 del CCNL del 05.10.2001, nonché dall'art. 26 del D.lgs. n. 163/2006.
2. 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, economicità e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Balestrate.

**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 beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b. per sponsorizzazione, ogni corrispettivo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;

- c. per sponsor, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d. per spazio pubblicitario, lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione che il Comune mette a disposizione per le attività promozionali e pubblicitarie dello *sponsor*.

1. Ai fini del presente regolamento non costituisce sponsorizzazione l'offerta, a titolo di liberalità, a favore dell'amministrazione di somme di denaro, beni o servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative e rassegne o dell'allestimento di spazi espositivi.

2. L'affidamento delle attività individuate come corrispettivo delle prestazioni rese dall'amministrazione comunale in qualità di *sponsee* avviene con procedura ad evidenza pubblica, salvo per le sponsorizzazioni di valore inferiore a €5.000,00 Iva esclusa, per le quali si può procedere a trattativa privata, secondo quanto previsto dai successivi articoli del presente regolamento.

ART. 3

DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti, pubblici e/o privati (persone fisiche o giuridiche) e/o associazioni senza scopo di lucro, per realizzare o acquisire, da parte dell'amministrazione, iniziative, servizi, prestazioni, attività inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.

2. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:

a) in una somma di danaro: in tale ipotesi la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure;

b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello *sponsor*: in tale ipotesi gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo *sponsor* devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche, ai sensi del D.lgs. n. 163/2006 e s.m. e i. e della normativa regionale in materia.

3. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa o alle esigenze di programmazione, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del risultato previsto da parte dello *sponsor*.

ARTICOLO 4
SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello *sponsor* è effettuata a mezzo di procedura aperta preceduta dalla pubblicazione di apposito bando.
2. All'avviso è data pubblicità mediante affissione per quindici giorni consecutivi all'albo pretorio e inserimento nel sito *web* istituzionale del Comune; inoltre, è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità ritenuta di volta in volta più idonea per favorire una maggior conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso/bando deve contenere i seguenti dati minimi:
 - a. l'iniziativa, in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario, compresa nell'elenco delle iniziative annuali specifiche definite con apposito provvedimento ovvero complementare al normale corso delle iniziative o interventi posti in essere in base agli stanziamenti disposti nel bilancio e/o in atti di indirizzo o nel PEG ;
 - b. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello *sponsor*, secondo i contenuti dello specifico capitolato o schema di contratto;
 - c. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - d. la durata della sponsorizzazione;
 - e. le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
 - f. i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:
 - a. il bene, il servizio, l'immagine, la prestazione ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b. il corrispettivo della sponsorizzazione, in denaro, servizio o altra utilità.
 - c. La dichiarazione di accettazione delle condizioni previste dal bando o dalla lettera di invito.
5. All'offerta deve essere allegata una autocertificazione, redatta ai sensi del D.P.R. 445/2000, firmata dal proponente, che dichiari:
 - a. di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;

- c. nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
6. Nel caso l'offerta sia fatta da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 5 riferita a se stesso; le medesime dichiarazioni devono essere rese da tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.
7. Per le persone giuridiche è sufficiente anche la sola presentazione del certificato rilasciato dalla C.C.I.A.A. con dicitura antimafia, assenza di procedure fallimentari in corso e dettaglio degli organi amministrativi in essere.
8. Nel caso l'offerta sia fatta da un ente pubblico, deve essere allegata un'autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
 - a. il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
9. L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria del competente ufficio, è approvata con determinazione dirigenziale.
10. Ove pervengano più offerte, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
11. La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio per il Comune, tenuto conto delle indicazioni e dei criteri di valutazione previsti nell'avviso di scelta dello *sponsor*.
12. I criteri di valutazione delle offerte devono tenere conto della migliore proposta sia sotto il profilo economico, sia sotto il profilo qualitativo del servizio, bene o prestazione offerta dallo *sponsor*;
13. Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

ART. 5

SCELTA DELLO SPONSOR PER FORNITURE DI BENI E SERVIZI DI VALORE FINO A €5.000,00

1. L'affidamento della sponsorizzazione per forniture di beni e servizi di valore fino a € 5.000,00 Iva esclusa può avvenire :

A) Per sponsorizzazioni di importo compreso tra € 2.000,01 e € 5.000,00, mediante richiesta di offerta ad almeno tre a soggetti idonei, che dovranno pervenire entro un termine da stabilire di volta in volta.

C) Per affidamento diretto per sponsorizzazioni fino a €2.000,00.

2. All'interno dei limiti di valore sopra stabiliti, il Responsabile della Direzione e/o il Responsabile del procedimento valutano l'utilità e la convenienza di interpellare un numero maggiore di operatori economici o di indire una procedura aperta.

3. Le sponsorizzazioni sono affidate secondo i criteri di cui al presente regolamento.

4. Le richieste e le acquisizioni di preventivi possono avvenire a mezzo *telex*, posta, posta elettronica o consegna a mano senza particolari formalità.

5. La seduta di gara si conclude con l'individuazione della migliore offerta, mentre l'aggiudicazione avviene con successivo atto del Responsabile di Direzione e può essere subordinata allo svolgimento di verifiche ulteriori, qualora la complessità delle forniture lo richieda.

6. All'aggiudicazione si potrà procedere anche in presenza di una sola offerta.

7. Delle procedure seguite per l'aggiudicazione dovrà darsene compiuta descrizione in apposito verbale, che verrà pubblicato – quale *post* informazione – all'albo pretorio.

ART. 6

OFFERTE SPONTANEE

1. L'Amministrazione può accettare offerte spontanee formulate da soggetti interessati a sponsorizzare la realizzazione di interventi o di attività che risultino rispondenti all'interesse pubblico.

2. Il dirigente competente, prima di sottoscrivere il contratto, valuta la congruità della proposta in relazione ai valori di mercato, tramite apposita indagine.

3. L'importo complessivo della sponsorizzazione spontanea non può essere superiore a €10.000,00 IVA esclusa.

ART. 7

MODALITA' DI CONCLUSIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

1. Fino all'importo di €10.000,00, i contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi mediante scrittura privata, sottoscrizione per accettazione del provvedimento di affidamento o scambio di corrispondenza commerciale.

2. Per importi superiori ad € 10.000.00 i contratti di sponsorizzazione si concludono in forma pubblica amministrativa.
3. Al contratto dovranno essere allegati i seguenti documenti:
 - a) l'offerta della ditta;
 - b) il foglio condizioni esecutive o Capitolato d'oneri comprendenti: le caratteristiche tecniche, le condizioni di esecuzione, i termini di esecuzione e le penali, le modalità di pagamento;
 - c) la cauzione definitiva in conformità alla normativa vigente.
4. Tutte le spese relative al contratto sono a totale carico della Ditta aggiudicataria, compresi i diritti di rogito e le spese di registrazione.
5. Qualora la controparte non adempia agli obblighi derivanti dal contratto, l'Amministrazione può avvalersi degli strumenti di risoluzione del medesimo e del risarcimento danno.
6. Devono essere previste nel foglio condizioni e/o nel capitolato d'oneri, le penali da applicare alla ditta, nel caso di ritardo e/o inadempimento contrattuale.

ARTICOLO 8

PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal dirigente responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto di indirizzo o con il PEG.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti e le attività del Comune, compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente.
3. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:
 - a. L'oggetto del contratto, sua finalità e durata;
 - b. il diritto dello *sponsor* all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva dello spazio pubblicitario e durata del messaggio pubblicitario.
 - c. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - d. la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - e. il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
 - f. la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

ARTICOLO 9
UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. La Giunta definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa conseguiti assicurando, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica e in particolare del personale, la destinazione di una quota alla contrattazione decentrata integrativa, non superiore al 10% dei risparmi conseguiti rispetto alle previsioni di bilancio.

ART. 10
ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione per la “ sponsorizzazione “ corrisponde all’importo della somma direttamente erogata ovvero corrispondente al valore dei beni e/o servizi forniti ovvero stanziata in bilancio per la specifica iniziativa.
2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull’I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972 n. 633 e s.m. e i., nonché dei regolamenti, circolari e pareri espressi dall’Agenzia delle Entrate in materia.

ART. 11
CASI ESCLUSI

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, rifiuta qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:
 - a. ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine o alle proprie iniziative;
 - c. sia pendente con l’offerente una controversia legale;
 - d. reputi l’offerta inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. promozione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;

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

ART. 12

SPONSOR ACCREDITATI

1. L'amministrazione comunale ha la facoltà di istituire l'albo degli *sponsor*, da rinnovare dinamicamente entro trenta giorni da quando un soggetto in possesso dei requisiti ne faccia formale richiesta.

ART. 13

VERIFICHE E CONTROLLO

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte del servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti quantitativi, qualitativi e finanziari.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo *sponsor*. La notifica e la contestazione delle inadempienze producono gli effetti previsti dal contratto.

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. n. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il Comune di Balestrate in persona del Dirigente che espleta la procedura di gara.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'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. 15

COMUNICAZIONE DI DATI PERSONALI ALLO *SPONSOR*

1. Fatta salva la facoltà, in conformità alle disposizioni vigenti, con i limiti previsti dall'Autorità Garante della Privacy, di inserire il nome, la ditta, il logo o il marchio dello *sponsor* all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali, l'Amministrazione si astiene:

a) dal comunicare allo *sponsor* dati personali dei destinatari delle informazioni dell'ente;

b) dall'inserire messaggi pubblicitari all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali.

ART. 16

CONTROVERSIE

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto di sponsorizzazione è devoluta al foro competente per materia e per territorio, restando escluso il ricorso alla competenza arbitrale.

Art. 17

RINVIO

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento si rinvia alla normativa vigente in materia nonché, per le sponsorizzazioni di valore fino a 5.000,00, alle norme del regolamento comunale per le forniture di beni e servizi in economia, ove compatibili.

ARTICOLO 18

DISPOSIZIONI FINALI

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi indicati dal presente regolamento; è 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.

2. Il presente regolamento entra in vigore, ad avvenuta esecutività della presente deliberazione, dal quindicesimo giorno dalla sua ripubblicazione presso l'Albo Pretorio Comunale.
3. Il presente regolamento sarà pubblicato anche sul sito *web* istituzionale del Comune di Balestrate.