

COMUNE DI VERNATE

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione C.C. n. 13 del 20/6/2008

INDICE

Art. 1	Oggetto e finalità
Art. 2	Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari
Art. 3	Definizioni
Art. 4	Procedure di selezione dello sponsor
Art. 5	Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
Art. 6	Utilizzo delle sponsorizzazioni come elemento valutativo ulteriore nelle gare d'appalto per particolari servizi
Art. 7	Contratto di sponsorizzazione
Art. 8	Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
Art. 9	Esclusioni
Art. 10	Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
Art. 11	Trattamento dei dati personali
Art. 12	Aspetti fiscali
Art. 13	Verifiche e controlli
Art. 14	Riserva organizzativa
Art. 15	Norme di rinvio

Art. 1 - Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della L. 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1/4/1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5/10/2001.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione ed a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia, trasparenza ed imparzialità che regolano l'operato dell'Amministrazione Comunale.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti,

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro (costituite con atto notarile) per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa dell'Ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, 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 a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor) – che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro, oppure a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, diretta o indiretta – la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi pubblicitari, il proprio nome, logo, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili, nei modi previsti dal contratto;
 - b) Per "**sponsorizzazione**" ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere il proprio nome, logo, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili, conseguendo una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c) Per "**sponsor**" ai sensi dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d) 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 - Procedure di selezione dello sponsor

1. La ricerca dello sponsor per il finanziamento di eventi è effettuata, da parte del Comune, mediante trattativa privata o mediante procedura ad evidenza pubblica, ed è comunque preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. Nell'ipotesi di evidenza pubblica, all'avviso di sponsorizzazione è data notizia mediante affissione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, nonché tramite altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso, di cui al precedente comma 2), deve contenere in particolare:
 - a) L'oggetto della sponsorizzazione nonché i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - b) L'esatta determinazione dell'eventuale spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - c) Le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta;
 - d) L'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare, almeno:
 - a) L'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
 - b) Il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - c) L'accettazione delle condizioni previste nel progetto
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte da soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza, attestanti:
 - Per le persone fisiche:
 - a) L'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt: 120 e seguenti della L. 24/11/1971 n.689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - b) L'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - c) L'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - Per le persone giuridiche:
 - a) Oltre alle autocertificazioni sopraelencate riferite ai soggetti muniti di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
6. 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.
7. L'Amministrazione può pervenire alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati che manifestino spontaneamente la loro intenzione di assumere il ruolo di sponsor di progetti o iniziative. Le proposte di sponsorizzazione presentate devono specificare il valore presumibile del corrispettivo delle attività di

veicolazione pubblicitaria e le forme con le quali il medesimo corrispettivo viene ad essere reso.

8. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a) In caso siano state esperite senza esito le procedure di cui ai commi 1, 2, e 3;
- b) In casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
- c) Nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a Euro 20.000,00.

9. L'offerta di sponsorizzazione è valutata dal responsabile del Settore competente per materia, ed autorizzata dalla Giunta Comunale.

10. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del servizio competente per materia; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'eventuale utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto.

11. Ove pervengano più offerte, viene approvata, con apposita determinazione del responsabile del servizio, la graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.

12. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso.

13. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor cominciando dal primo della graduatoria. Nel caso in cui sia stato individuato un solo spazio pubblicitario, lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del Piano delle risorse e degli obiettivi assegnati al Responsabile del servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile del servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

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.

Art. 6 - Utilizzo delle sponsorizzazioni come elemento valutativo ulteriore nelle gare di appalto per particolari servizi

1. L'Amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione dei contraenti per appalti di servizi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione.

2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto il cui schema viene qui unito quale parte integrante del presente Regolamento.

Art. 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, come modificato dall'art. 4, comma 4 del CCNL 5/10/2001.

Art. 9 – Esclusioni

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che siano stati oggetto di rescissione di contratti o concessioni da parte dell'Amministrazione Comunale a causa di gravi inadempienze, negligenza o malafede, con provvedimento divenuto inoppugnabile o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Art. 10 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

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

- a) Ritenga sussista un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
- b) Ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
- c) La reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale;
- d) Derivi da società che attuano transazioni e/o vendita di armi e che effettuano sfruttamento del lavoro minorile così come definito dalle risoluzioni ONU e dal Governo Italiano.

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

- a) diffusione di messaggi offensivi, incluse espressione di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- b) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- c) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale.

Art. 11 – 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. 7 del D.Lgs. 30/06/2003 n. 196.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Vernate nella persona del Sindaco, il quale può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
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. 12 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa. La fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.
3. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato in un'unica soluzione prima dell'attuazione dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione.

Art. 13 - Verifiche e controlli

1. L'Amministrazione Comunale controllerà il rispetto degli obblighi stabiliti dal contratto di sponsorizzazione ed in particolare accerterà la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente contestate allo Sponsor. La notifica e l'eventuale diffida produce gli effetti che verranno previsti specificatamente nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 14 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. 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.

Art. 15 - Norme di rinvio

Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

TRA

Il Comune di VERNATE, con sede in Vernate (MI) - piazza IV Novembre, 2 – Codice Fiscale n. 8010035158, rappresentato da....., quale "sponsee".

E

La Società /l'associazione....., con sede in via n rappresentata da nato a il/...../....., quale "sponsor".

ART. 1 - Oggetto del contratto e finalità

1. Il presente contratto ha per oggetto la sponsorizzazione dell'iniziativa/dell'intervento
2. La sponsorizzazione è finalizzata a garantire ritorno d'immagine allo sponsor e il miglioramento dei servizi per lo sponsee.

ART. 2 - Impegni dello sponsee

1. Lo sponsee si impegna a veicolare l'immagine/il logo/il marchio aziendale dello sponsor secondo le seguenti modalità:
.....
.....

2. Lo sponsee si impegna ad adottare ogni misura e soluzione utile all'ottimale realizzazione dell'iniziativa/dell'intervento sponsorizzato.

ART. 3 – Clausola di esclusiva (ove ricorra il caso)

Lo sponsee riconosce allo sponsor esclusiva generale/commerciale in ordine alla sponsorizzazione oggetto del presente contratto. Lo sponsee si impegna a non inserire loghi o marchi distintivi di altre associazioni nel materiale illustrativo dell'iniziativa/dell'intervento, a pena di risoluzione del contratto.

ART. 4 - Impegni dello sponsor

1. Lo sponsor si impegna a rendere il corrispettivo delle prestazioni di servizi a fini pubblicitari rese dallo sponsee.
2. Lo sponsor si impegna a mettere a disposizione dello sponsee il proprio marchio/logo aziendale con adeguati strumenti che ne consentano la riproduzione ottimale a fini di veicolazione pubblicitaria.

ART. 5 - Valore del contratto

1. Il valore del presente contratto è determinato in euro

ART. 6 - Modalità di resa del corrispettivo della sponsorizzazione da parte dello sponsor

1. Il corrispettivo della sponsorizzazione è reso dallo sponsor mediante messa a disposizione di beni e/o servizi per valore corrispondente a quello del presente contratto.
2. Lo sponsor versa al Comune, quale corrispettivo per quanto previsto nel presente contratto, la somma di..... a mezzo bonifico bancario presso la tesoreria comunale.
3. Il corrispettivo è determinato dal valore normale dei beni e servizi che formano oggetto di ciascuna delle operazioni permutative (prestazioni dello sponsee e "controprestazioni" dello sponsor). Tale corrispettivo non potrà in alcun modo subire variazioni di importo, anche a fronte di ritorno pubblicitario inferiore a quello previsto dalla società.
4. Lo sponsor e lo sponsee sono tenuti ad assolvere gli obblighi fiscali connessi a quanto previsto dai precedenti commi.

ART. 7 - Risoluzione del contratto

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

ART. 8 - Clausola generale di rinvio

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente contratto si fa rinvio:
 - per gli elementi di disciplina contrattuale al Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni nonché alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
 - per l'utilizzo del marchio e dei segni distintivi al RD n. 929/1942 ed al Dlgs n. 480/1992 e successive modificazioni, nonché ad altra normativa speciale in materia.

ART. 9 - Durata del contratto

1. Il presente contratto vige per l'intera durata dell'iniziativa/dell'intervento oggetto della sponsorizzazione.

ART. 10 - Spese contrattuali

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

Lo sponsor **dichiara** di non rientrare nelle categorie previste nell'art.10 comma 1 del vigente "Regolamento comunale per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni", cioè di non attuare transazioni o vendita di armi e di non effettuare sfruttamento del lavoro minorile così come definito nelle risoluzioni ONU e dal Governo Italiano.

Vernate, li _____

Lo Sponsee	Lo Sponsor
Comune di Vernate