



**COMUNE DI
CAPANNOLI
(PROVINCIA DI PISA)**

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

(Approvato con deliberazione C.C. n. 22 del 28.04.2018)

INDICE

ART. 1 - Oggetto e finalità

ART. 2 - Definizioni

ART. 3 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

ART. 4 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

ART. 5 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni

ART. 6 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

ART. 7 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

ART. 8 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

ART. 9 - Affidamento diretto

ART. 10 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

ART. 11 – Obblighi a carico del Comune

ART. 12 - Aspetti contabili e fiscali

ART. 13 - Trattamento dati personali

ART. 14 - Rinvio

Articolo 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni contenute:
 - nell'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990;
 - 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 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 derivanti da proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

3. La Sponsorizzazione a favore dell'Ente, a carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto:
 - a. la fornitura di materiale/attrezzature/beni;
 - b. la realizzazione di un'opera o di un lavoro;
 - c. la fornitura di una prestazione di servizio;
 - d. la gestione di un'opera o di un'area;
 - e. la gestione di un servizio.

Articolo 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento, si intende:
 - a) Per “contratto di sponsorizzazione” un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore del Comune (*sponsee*) il quale garantisce, nell'ambito dei propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o simili ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello *sponsee* costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi si stia la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno dell'immagine;
 - b) per “sponsorizzazione” ogni corrispettivo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, attività, prodotti, servizi e simili;
 - c) per “sponsor” o sponsorizzatore 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 messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
- e) per “sponsee” o sponsorizzato il Comune di Capannoli

Articolo 3 - Individuazione, programmazione e gestione della sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione. Nel corso dell'anno la Giunta può altresì formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.
2. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
3. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell'Amministrazione che su iniziativa di soggetti terzi e il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni, i servizi e le iniziative a carico del bilancio comunale.
4. I responsabili di settore, nell'ambito della loro competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

Art. 4 - 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 e s.m.i. per quanto applicabile;
 - b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003116 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:

- 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. 5 – 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. 6 – 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, in unica soluzione dopo la presentazione della fattura da parte del Comune.
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 previste nella determina a contrarre.

Articolo 7 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. Nell'ipotesi di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, l'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. Il procedimento di scelta dello sponsor è effettuato mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art.8. L'avviso pubblico è approvato con determinazione del Responsabile di Settore competente che sarà individuato nella delibera di Giunta che sarà adottata per l'avvio della procedura.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio online non inferiore a 15 giorni.

4. L'avviso deve indicare almeno:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - i requisiti di partecipazione;
 - le modalità e il termine per la presentazione delle offerte;
 - i criteri di valutazione delle offerte;
 - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 8;
 - l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo da parte del responsabile del Settore o con apposita Commissione.
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. 8 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Responsabile del Settore competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispose apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 7, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 9 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni nei seguenti casi:
 - a) in caso sia stata esperita, per una volta, infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art.7;
 - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto.
 - c) Nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a € 10.000,00 (IVA esclusa);
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del Responsabile di Settore procedente.

Art. 10 - 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 delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) la durata del contratto;
- e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- f) i controlli sull'attività dello sponsor;
- g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
- h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i) la competenza del Tribunale di Pisa in caso di controversie;
- j) la disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve inoltre essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

Art. 11 - Obblighi a carico del Comune

1. Il Comune, quale controprestazione ai beni e/o ai 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 (bollette, carta intestata, biglietti d'ingresso alla manifestazione interessata, inviti alla manifestazione, ecc.);

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. Lo sponsor sarà esentato dal pagamento dell'imposta di pubblicità nonché dall'eventuale pagamento del canone per occupazione del suolo pubblico.

Art. 12 - Aspetti contabili e fiscali

1 I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile.

2. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.

3 Salvo quanto previsto dal precedente art. 12 comma 3, il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli altri eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.

4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizio da lavori da effettuare dallo sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

Art. 13 - 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. 14 – Rinvio

1. 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.