



COMUNE DI MINERBE

Via Guglielmo Marconi, n° 41
37046-MINERBE (VR) Tel 0442 633411 Fax 0442 633440
c.f. p.IVA 00345850234

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione di C.C. n. 40 del 29-04-2009
Modificato con deliberazione di C.C. n. 39 del 28-09-2010

INDICE

- Art. 1 - Finalità
- Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari
- Art. 3 - Definizioni
- Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor
- Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 5 bis - Sponsorizzazioni plurime
- Art. 5 ter - Liberalità e mecenatismo
- Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Art. 9 - Trattamento dei dati personali
- Art. 10 - Aspetti fiscali
- Art. 11 - Riserva organizzativa

Art. 1
Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione dell'art. 43 della Legge n. 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL del 01.04.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 05.10.2001, dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza e dell'art. 26 del D.Lgs. 12-04-2006 n. 163.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2
Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni, attività, lavori, attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche (determinazione dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici n. 24 del 05.12.2001), inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una 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 mediante il quale il Comune (*sponsee*) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (*sponsor*), che si obbliga a fornire ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione (beni materiali e/o servizi) diretti o indiretti a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, denaro, prestazioni, interventi o lavori provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, il proprio nome, marchio, attività o propri prodotti, servizi e simili, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
 - c) per "sponsor": il soggetto, persona fisica o giuridica, associazione senza scopo di lucro, o soggetto pubblico che intende stipulare un 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.

Art. 4
Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante gara ad evidenza pubblica.
2. All'avviso di gara è data pubblicità, oltre che nelle forme di legge, mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, nonché nelle altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. 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 o progetto di sponsorizzazione;
 - b. l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;

- c. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. Nell'offerta che deve essere presentata in forma scritta, lo sponsor deve indicare:
 - a) il bene, il servizio, il lavoro, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
 5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza di impedimenti a contrarre con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - b) per le persone giuridiche:
 - il nominativo o i nominativi di tutti i legali rappresentanti;
 - le autocertificazioni elencate alla precedente lettera a), riferite ai soggetti muniti di legale rappresentanza.
 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. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del servizio che organizza l'iniziativa o l'evento. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.
 8. Per le sponsorizzazioni il cui valore complessivo sia pari o inferiore a € 20.000 la scelta dello sponsor è effettuata mediante gara ufficiosa tra almeno cinque soggetti, se sussistono in tale numero soggetti idonei, individuati sulla base di indagini di mercato ovvero tramite elenchi di operatori economici predisposti dalla stazione appaltante.
 9. Le norme previste dal presente Regolamento si applicano alla gara ufficiosa di cui al precedente comma secondo criteri di semplificazione procedurale e documentale.
 10. In caso le gare previste nel presente articolo vadano deserte, si procederà a trattativa privata diretta.

Art. 5

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del P.E.G. o documento equivalente, assegnati ai Responsabili di servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile di 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, i lavori, le attività e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 5 bis

Sponsorizzazioni plurime

1. Sono ammesse le sponsorizzazioni plurime per singola iniziativa o manifestazione.

Art. 5 ter

Liberalità e mecenatismo

1. Si considerano atti di liberalità o mecenatismo le prestazioni di beni o servizi ovvero le erogazioni offerte a titolo gratuito e senza la previsione di correlati o corrispondenti obblighi a carico del Comune.
2. Non si considerano adempimento di “obblighi correlati o corrispondenti”, di cui al precedente comma 1, le manifestazioni di pubblica gratitudine a favore del donante.
3. I proventi derivanti dalle manifestazioni di liberalità o mecenatismo, previste dal presente articolo, non sono destinati, neppure in parte, per gli scopi di cui al successivo articolo 7.

Art. 6

Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto redatto nella forma pubblica amministrativa o mediante scrittura privata autenticata.
2. Il perfezionamento del contratto di sponsorizzazione può avvenire anche mediante scambio di corrispondenza o scrittura privata non autenticata qualora il valore della sponsorizzazione non superi € 20.000.= (ventimila), oneri fiscali esclusi.
3. Nel contratto sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 7

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I risparmi conseguiti con i contratti di sponsorizzazione sono destinati in misura non inferiore al 3% ad implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL del 01.04.1999.

Art. 8

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - 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.
2. 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. 9

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste ed in conformità alle norme vigenti.

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. I dati potranno essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 10
Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde al valore/importo del contratto di sponsorizzazione.

Art. 11
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.