



COMUNE DI RESANA
(Provincia di Treviso)

REGOLAMENTO
PER LA STIPULAZIONE DEI CONTRATTI DI
SPONSORIZZAZIONE
CON SOGGETTI PUBBLICI O PRIVATI

INDICE

TITOLO I

Natura, scopi e funzioni

- Art . 1 - Definizione**
- ART. 2 - Finalità dei contratti di sponsorizzazione**
- ART. 3 - Individuazione delle attività da sponsorizzare**

TITOLO II

Modalità di scelta del contraente

- ART. 4 - Criteri per la sponsorizzazione**
- ART. 5 - Modalità di ricerca e selezione dello sponsor**
- ART. 6 - Offerta di sponsorizzazione**
- ART. 7 - Valutazione delle proposte**
- ART . 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

TITOLO III

Contratto di Sponsorizzazione, diritti ed obblighi.

- ART. 9 - Contratto di sponsorizzazione**
- ART. 10 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor**
- ART. 11 - Durata del contratto e responsabilità dello Sponsor**
- ART. 12 - Obblighi e facoltà' dell'Amministrazione Comunale**
- ART. 13 - Risoluzione del contratto**

TITOLO IV

Disposizioni finali

- ART. 14 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**
- ART. 15 - Verifiche e controlli**
- ART. 16 - Trattamento dei dati personali**
- ART. 17 - Aspetti fiscali**
- ART. 18 - Spese contrattuali**
- ART. 19 - Spese contrattuali**
- ART. 20 - Pubblicazione**

REGOLAMENTO PER LA STIPULAZIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE CON SOGGETTI PUBBLICI O PRIVATI

Titolo I Natura, scopi e funzioni

ART. 1 Definizione

La "sponsorizzazione" è lo strumento attraverso il quale lo "sponsor" (soggetto pubblico e o privato) acquisisce il diritto di collegare il proprio nome ad una specifica attività/progetto, promossa dallo "sponsee", al fine di ricavarne un riflesso positivo sulla propria notorietà ed immagine.

Lo "sponsee" è il soggetto pubblico che può acquisire da soggetti terzi (sponsor) risorse finanziarie e/o strumentali (beni, forniture e servizi) per la realizzazione di attività/progetti.

Possono assumere la veste di "sponsor" i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica e o giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 cod. civ.);
- le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questa Civica Amministrazione.

Per "spazio pubblicitario" si intende lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni messe a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

ART. 2 Finalità dei contratti di sponsorizzazione

Ai sensi dell'art. 43 della L. n. 449/97, dell'art. 119 del T.U.E.L. e dell'art. 17 della L.R. n. 16/99, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione, accordi di collaborazione e convenzioni con soggetti pubblici e privati (soggetti imprenditoriali, associazioni, ecc.), acquisendo contributi economici, consulenza o fornitura di beni e servizi, garantendo in cambio la pubblicizzazione dei segni distintivi dei soggetti terzi.

In particolare, detti contratti sono diretti a:

- 1) recuperare maggiori risorse per l'ente che consentano indirettamente di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;
- 2) migliorare gli standard di qualità o l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni e attrezzature all'Amministrazione Comunale;
- 3) sostenere progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune.

ART. 3 Individuazione delle attività da sponsorizzare

1. L'Amministrazione Comunale intende stipulare, in via prioritaria, contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di iniziative in ambito culturale, sociale e sportivo, di attività di promozione del territorio, di valorizzazione del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, dell'innovazione tecnologica, della formazione.

- 2) Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del P.R.O. assegnati allo specifico Responsabile del Servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al responsabile dello specifico Servizio per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
- 3) Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare, in ogni caso, tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

TITOLO II

Modalità di scelta del contraente

ART. 4

Criteri per la sponsorizzazione

- 1) La sponsorizzazione può essere attivata :
 - a) su iniziativa dell'Amministrazione Comunale cui deve essere assicurata idonea e preventiva pubblicità;
 - b) su iniziativa di soggetti privati (soggetti imprenditoriali, associazioni ecc.).
- 2) Nel caso di cui al precedente comma 1 lett. b), la Giunta Comunale potrà disporre, a seguito di trattativa privata con il richiedente, la stipulazione del contratto di sponsorizzazione a condizione che l'iniziativa:
 - a) sia diretta al perseguimento di interessi pubblici;
 - b) comporti per il comune risparmi di spesa diretti o indiretti;
 - c) sia valutata con riferimento alle componenti economiche ed organizzative proposte
 - d) sia consona all'attività istituzionale del Comune.
3. La sponsorizzazione dovrà essere formalizzata con apposito atto di natura contrattuale.
4. La sponsorizzazione e gli strumenti attuativi della stessa non devono essere in contrasto con prescrizioni di leggi o di regolamenti, devono essere diretti al perseguimento di interessi pubblici e devono escludere forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.
5. E' vietata la sponsorizzazione di attività politica o di partito, sotto qualsiasi forma.
6. Le modalità di associazione del nome e del marchio dei soggetti terzi devono presentare caratteri tali da essere coerenti con la natura dell'iniziativa e comunque non lesivi della dignità istituzionale del Comune.

ART. 5

Modalità di ricerca e selezione dello sponsor

1. Nel caso in cui la sponsorizzazione di un'attività non avvenga su iniziativa diretta di soggetti privati (soggetti imprenditoriali, associazioni ecc.), l'individuazione degli sponsor per il sostegno delle attività culturali, sportive e sociali organizzate dall'Amministrazione Comunale avverrà previa deliberazione della Giunta Comunale, che ad inizio anno per le attività programmate, o in occasione delle singole manifestazioni, individuerà quelle per le quali intende attivare il rapporto di sponsorizzazione indicando per ciascuna di esse il costo presunto delle iniziative, l'importo minimo della sponsorizzazione e le modalità di diffusione del logo dello sponsor.
2. Fatto salvo quanto previsto all'art. 4, comma 1, lett b), la volontà di attivare il rapporto di sponsorizzazione e la relativa procedura deve essere pubblicizzato mediante apposito bando informativo, approvato con delibera della Giunta Comunale.

- 3) La procedura si attiva con la pubblicazione di un "Avviso" all'Albo Pretorio e sul sito istituzionale di del Comune di Resana –che deve contenere i seguenti dati:
- a) la denominazione dell'attività/progetto da sponsorizzare, con l'indicazione degli obiettivi e delle varie fasi di organizzazione, degli obblighi da parte dello sponsor ed una descrizione, in forma semplificata, del progetto di sponsorizzazione che si intende perseguire;
 - b) i vantaggi potenziali per lo sponsor (platea potenziale, bacino di diffusione del massaggio pubblicitario, ecc.)
 - c) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario; cioè gli impegni dell'Amm.ne per la veicolazione del marchio, nome, logo dello sponsor;
 - d) l'indicazione del costo totale stimato per la realizzazione del progetto;
 - e) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta per la sponsorizzazione del progetto;
 - f) l'indicazione che si procederà alla valutazione anche di una sola offerta;
 - g) l'indicazione che si valutano/accettano varie somme a titolo di sponsorizzazione fino alla totale copertura del costo del progetto (tipologia di plurisponsorizzazione).
 - h) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione
 - i) le modalità di valutazione delle proposte di sponsorizzazione presentate con l'eventuale precisazione che i criteri di valutazione delle offerte saranno stabiliti discrezionalmente dall'Amministrazione in sede di valutazione delle proposte stesse.
 - l) le modalità di diffusione del logo dello sponsor.
- 4) Il bando deve essere adeguatamente pubblicizzato.
La pubblicazione sul sito istituzionale dell'Ente ha valenza sussidiaria, e non vincolante, rispetto alla pubblicazione all'Albo Pretorio.
L'Amministrazione Comunale si riserva altresì la facoltà di trasmettere l'avviso di cui sopra alle associazioni di categoria, e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti, per una maggiore conoscenza e partecipazione.

ART . 6

Offerta di sponsorizzazione

L'offerta di sponsorizzazione formulata a seguito della pubblicazione del bando di sponsorizzazione e secondo la disciplina nello stesso stabilita, deve essere contenuta in un plico chiuso sul quale deve essere apposta la dicitura relativa al tipo di progetto al quale si partecipa e l'indicazione del mittente completa di indirizzo.

L'offerta deve contenere le seguenti indicazioni:

- a) la somma, il bene, la fornitura o il servizio che si intende offrire per la sponsorizzazione del progetto;
- b) l'accettazione del regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni dell'Amministrazione Comunale di Resana, consultabile sul sito istituzionale.

Lo sponsor deve allegare all'offerta, inoltre, l'autocertificazione, il cui schema si troverà sul sito dell'Amministrazione Comunale, completa dei seguenti dati:

- a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la Pubblica Amministrazione, di cui agli articoli 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, 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.
- b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

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.

Le offerte inviate all'Amministrazione Comunale di Resana vengono sottoposte alla valutazione della Giunta Comunale, previa istruttoria da parte del Servizio competente.

Le parti regolamentano i loro rapporti e i termini della corresponsione delle somme, tramite la sottoscrizione di un contratto.

Nel caso in cui l'offerta di sponsorizzazione provenga da autonoma iniziativa di soggetti privati (soggetti imprenditoriali, associazioni ecc.), in assenza di bando selettivo, si prescinde da formalità di rito per la presentazione.

Sono fatte salve, prima della stipula del contratto, le verifiche di seguito riportate:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la Pubblica Amministrazione, di cui agli articoli 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, 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.

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

Nel caso pervengano, su iniziativa di soggetti privati (soggetti imprenditoriali, associazioni ecc.), in assenza di bando selettivo, due o più proposte di sponsorizzazioni per la medesima iniziativa / attività si procederà a gara informale tra i soggetti proponenti la attività di sponsor, secondo la disciplina fissata nello specifico bando di gara.

ART. 7

Valutazione delle proposte

1) L'esame delle proposte pervenute, sia in forma autonoma che nei termini e nei modi indicati nei bandi viene effettuata dalla Giunta Comunale - previa istruttoria da parte dello specifico servizio interessato - che prenderà in considerazione, prioritariamente, gli elementi di valutazione indicati dall'Amministrazione Comunale tra i seguenti:

- a) componenti economiche della proposta;
- b) capacità di porre in relazione l'iniziativa sponsorizzata con altri circuiti di pubblicazione propri dello sponsor.

ART. 8

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

L'Amministrazione Comunale di Resana, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione proposta 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.

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.

TITOLO III

Contratto di Sponsorizzazione, diritti ed obblighi

ART. 9

Contratto di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione deve prevedere :
 - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
2. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor (legale rappresentante del soggetto pubblico o privato che ha presentato l'offerta) e dallo sponsee (Il Segretario Generale dell'Ente o lo specifico Responsabile del Servizio).
3. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato / progetto di sponsorizzazione.
4. Si prescinde dalla stipulazione del contratto per sponsorizzazioni di modico valore e/o consistenti in dazione materiale di beni di valore inferiore a Euro 3.000,00 (tremila//00), nel qual caso il perfezionamento del rapporto giuridico tra sponsor ed Amministrazione si intende formalizzato mediante scambio di corrispondenza a cui viene riconosciuta valenza sinallagmatica tra le parti.
Sono in ogni caso fatte salve, prima dell'accettazione della sponsorizzazione, le verifiche di cui all'art. 6 del presente Regolamento.

ART. 10

Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune potrà essere realizzata nei seguenti modi:

- a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, dépliant, tabelloni luminosi ecc.), sia nel sito web del Comune, nella pagina dedicata all'informazione sulle manifestazioni e sulle attività organizzate dal Comune a beneficio della cittadinanza;
- b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il Comune potrà realizzare apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, per esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni. Detti cartelli e/o targhe dovranno essere realizzati nelle dimensioni, forme e colori secondo i modelli da approvarsi dalla Giunta Comunale.
- a) Sono in ogni caso fatte salve altre diverse forme di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune individuate con specifico provvedimento della Giunta Comunale.

ART. 11

Durata del contratto e responsabilità dello Sponsor

- a) Il contratto di sponsorizzazione potrà avere anche durata superiore all'anno ma non potrà in ogni caso superare i tre anni.
- b) Lo sponsor è responsabile a tutti gli effetti del personale eventualmente incaricato dell'esecuzione degli interventi, sia per quanto riguarda la capacità operativa che per gli eventuali infortuni e responsabilità civili verso terzi. A tal fine, tutti i prestatori d'opera dovranno essere assicurati.
- c) Nulla, in nessun caso, potrà essere addebitato al Comune per danni diretti o indiretti, e o pretese da parte di terzi, riferite o riferibili al contratto di sponsorizzazione, ritenendosi in ogni caso l'Amministrazione Comunale sollevata da ogni qualsivoglia responsabilità derivante dall'utilizzo di loghi, stemmi o altro elemento o attività qualificante la pubblicizzazione dell'attività dello sponsor, ricadendo detta responsabilità unicamente in capo allo sponsor medesimo che con la proposta e/o l'offerta di sponsorizzazione garantisce il legittimo uso del materiale utilizzato per la pubblicizzazione della propria attività.

ART. 12

Obblighi e facoltà dell'amministrazione comunale

In ogni caso l'Amministrazione Comunale di Resana dovrà astenersi:

- 1) dal comunicare a sponsor dati personali dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali dell'Ente;
- 2) dall'inserire messaggi pubblicitari all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali e, in particolare, dall'utilizzare dati personali per differenziare i messaggi pubblicitari in relazione a caratteristiche dei destinatari delle comunicazioni istituzionali, riservandosi peraltro la facoltà - in conformità alle disposizioni vigenti, anche in materia di protezione dei dati personali - di inserire eventualmente un nome, ditta, logo o marchio dello sponsor all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali aventi carattere di valenza generale.

ART. 13

Risoluzione del contratto

1. Le parti possono risolvere, per motivate ragioni il contratto di sponsor con preavviso di 30 giorni, comunicato con lettera raccomandata.
2. In ogni caso il contratto si intende risolto senza alcuna penalità per l'Amministrazione Comunale:
 - a) qualora lo sponsor, o il Comune, risultino inadempienti in modo grave e/o continuato in relazione ai loro rispettivi obblighi;
 - b) qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa/dell'attività/del progetto, anche se già iniziata;
 - c) qualora ricorrano le situazioni previste dall'art. 4, commi 4 e 5.
 - d) in tutti gli altri casi in cui l'Amministrazione Comunale, per causa imputabile allo Sponsor, non può dare corso all'attività programmata a cui l'attività di sponsorizzazione si riferisce.
3. E fatta salva in ogni caso l'azione dell'Amministrazione Comunale a veder ristorati i danni patiti o patendi, derivanti, o che possono derivare, da colpa dello Sponsor e che hanno dato luogo alla risoluzione del contratto, ivi comprese le eventuali spese derivate dall'effettuazione di nuove procedure per il reperimento di nuovo Sponsor.

TITOLO IV

Disposizioni finali

ART. 14

1. Le somme ricevute per la sponsorizzazione del progetto, che non sono utilizzate per la realizzazione dello stesso, sono da considerarsi risparmi di spesa che l'Amministrazione può utilizzare, previa apposita variazione di Bilancio e conseguente variazione di P.R.O., per altri fini senza che lo sponsor abbia nulla a pretendere in merito.
2. In tal caso i risparmi di spesa di cui al comma 1, possono essere utilizzati per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e in particolare per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell' 1.04.1999, con destinazione specifica al personale del settore / servizio che ha operato il risparmio, e/o ad altro personale dipendente dell'Ente, previa adozione di specifica deliberazione da parte della Giunta Comunale.

ART . 15

Verifiche e controlli

Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte degli Uffici comunali, via-via interessati dalla specifica sponsorizzazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART . 16

Trattamento dei dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste e in ottemperanza a quanto stabilito dal D. Lgs. n. 196/2003 e s.m. e i.

Titolare del trattamento dei dati è l'Amministrazione Comunale di Resana in persona del suo legale rappresentante che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

ART. 17

Aspetti fiscali

1) Il Comune provvederà ad emettere fattura allo sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori, servizi e beni, lo sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato, con il contratto di sponsorizzazione, del valore dei lavori, servizi o dei beni. A sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione. Allo sponsor compete altresì il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità per insegne e/o cartelli.

2. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia determinato in rapporto a prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, l'obbligo di fatturazione grava su entrambi i soggetti coinvolti nel rapporto di sponsorship. In tal caso lo sponsor deve rilasciare all'Amministrazione una fattura soggetta ad IVA, con importo pari al valore del bene o servizio erogato, mentre l'amministrazione deve emettere in favore dello sponsor una fattura di pari importo (anch'essa soggetta ad IVA) in relazione alla tipologia ed al valore del messaggio pubblicitario concesso.

ART. 18

Spese contrattuali

Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipula dei contratti, accordi o convenzioni sono a carico dello sponsor.

ART. 19

Normativa di rinvio

Per quanto non esplicitamente previsto e specificatamente stabilito con il presente Regolamento, si fa formale rinvio :

- a) per gli elementi di disciplina contrattuale, alle disposizioni del codice civile ed alla normativa speciale in materia;
- b) per l'utilizzo del marchio e dei segni distintivi al R.D. n. 929/1942 ed al D.Lgs. 480/1992 e successive modificazioni, nonché ad altra normativa speciale in materia.
- c) Alle norme specifiche regolanti i rapporti dei privati con la Pubblica Amministrazione.

ART. 20

Pubblicazione

Copia del Regolamento verrà pubblicato, in aggiunta alle ordinarie forme previste per legge, anche sul sito istituzionale dell'Amministrazione Comunale di Resana.

APPROVAZIONE

- Regolamento approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 12 del 18.03.2010 - esecutiva il 30.04.2010
- Entrato in vigore il 30.04.2010