

COMUNE DI SANT'EGIDIO DEL MONTE ALBINO  
Regolamento sulla disciplina dei contratti di  
Sponsorizzazione e accordi di collaborazione

Approvato con Delibera di Consiglio Comunale n. 4 del 17.02.2017

INDICE

ART. 1 – Norme generali di riferimento.....	
ART. 2 - Finalità.....	
ART. 3 - Ambito d'applicazione .....	
ART. 4 - Definizioni .....	
ART. 5 - Contenuto .....	
ART. 6 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale.....	
ART. 7 - Vincoli.....	
ART. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione .....	
ART. 9 - Sistema di scelta dello sponsor .....	
ART. 10 - Determinazione a contrattare e contenuti .....	
ART. 11 - Contratto.....	
ART. 12 - Diritto di rifiuto.....	
ART. 13 - Affidamento del contratto .....	
ART. 14 - Procedura per affidamento di incarico di ricerca di sponsor .....	
Articolo 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti.....	
ART. 16 - Aspetti contabili e fiscali .....	
ART. 17 - Verifiche e controlli .....	
ART. 18 - Rinvio .....	
ART. 19 - Disposizioni finali entrata in vigore.....	

## **Regolamento sulla disciplina dei contratti di Sponsorizzazione e accordi di collaborazione.**

### **ART. 1 – Norme generali di riferimento**

Il presente regolamento disciplina le sponsorizzazioni che il Comune di Sant' Egidio del Monte Albino (di seguito Comune) intenda attivare sulla base delle seguenti norme generali, in attuazione dell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449 e s.m.i., dell'articolo 119 del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267 e s.m.i e dell'art.19 D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i.

Non sono ricomprese nel presente regolamento le erogazioni liberali.

### **ART. 2 – Finalità**

1. Le iniziative di sponsorizzazione incentivano e promuovono l'innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, realizzando economie di spesa ed una migliore qualità nei servizi erogati alla collettività.
2. Il presente regolamento ha lo scopo di disciplinare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità, sanciti dall'art. 4 del Decreto legislativo 18/4/2016 n. 50 in materia di appalti pubblici.
3. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative, nella materia disciplinata dal presente regolamento, si svolgono nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 7 agosto 1990 n. 241 e s.m.i. e, per quanto in essa non espressamente previsto, del presente regolamento, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal codice civile.

### **ART. 3 - Ambito d'applicazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati (società di persone e di capitali, imprese individuali, etc.) ed associazioni senza fini di lucro e pubblici, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi.

### **ART. 4 - Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a. per “contratto di sponsorizzazione”: (di seguito "Contratto") un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre - nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative e altro, ad un terzo (sponsor) che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito - la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto;

- b. per “accordo di collaborazione”: uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale, mediante il quale vengono regolate le forme e modalità di coinvolgimento delle parti nella ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
- c. per “sponsorizzazione”: ogni contributo che può consistere in una somma di denaro, nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi, nella realizzazione di opere pubbliche e/o di interesse pubblico o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, il marchio, il prodotto dello sponsor;
- d. per “sponsor”: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale, in cambio della veicolazione del proprio nome nell'ambito di una iniziativa attuata dal Comune al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;
- e. 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. 5 – Contenuto**

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione dell'Ente.
2. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:
  - a. la fornitura di materiale/attrezzature;
  - b. la gestione di un'opera/area;
  - c. la realizzazione di un'opera o lavoro;
  - d. la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
  - e. un contributo in denaro.
3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
  - a. sponsorizzazione di eventi sportivi, commerciali, culturali e/o di rilevanza sociale;
  - b. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno degli stabili comunali (es. bacheche, centro congressi, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori );
  - c. utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (a titolo esemplificativo carta intestata, buste, sito internet);
  - d. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi, manutenzione o sostituzione dei giochi e attrezzi ludici o servizi diversi;
  - e. fornitura di beni, con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredo urbano;
  - f. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche;
  - g. realizzazione di mostre, concerti e spettacoli;
  - h. gestione di sportelli informativi, marketing e promozione territoriale;
  - i. attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione, assistenza agli uffici di staff e ufficio stampa, realizzazione di periodici.

## **ART. 6 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

1. Il contratto di sponsorizzazione può avere inoltre ad oggetto il restauro di beni architettonici e monumentali, recupero di opere d'arte e/o archivi storici.
2. I contratti di sponsorizzazione inerenti ai beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti.

## **ART. 7 – Vincoli**

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione, sanciti dall'art.43 della legge 449/1997:
  - a. devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
  - b. devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
  - c. devono essere compatibili alla natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità del medesimo;
  - d. devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrate.

## **ART. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. La Giunta Comunale formula in corso d'anno indirizzi specifici ai responsabili di area per l'attivazione d'iniziativa di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
2. I responsabili di area elaborano i programmi ed i progetti per i quali si può fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nonché la loro necessaria quantificazione economico-finanziaria.

## **ART. 9 - Sistema di scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti procedure stabilite dal D.Leg.vo 50/2016.
2. La pubblicità ove prevista è effettuata almeno all'Albo pretorio on line e sul sito istituzionale del Comune di Sant'Egidio del Monte Albino e in base al valore economico, secondo quanto previsto dal D.Leg.vo 50/2016 e s.m.i. e in considerazione della specificità del singolo caso oggetto di sponsorizzazione.
3. Nell'ambito della scelta del contraente l'Amministrazione comunale riconosce la possibilità che la sponsorizzazione avvenga per iniziativa di terzi. In questo caso il riconoscimento della utilità e della accettazione della proposta avviene con Delibera della Giunta comunale. Con la citata Delibera la Giunta comunale dà mandato al responsabile di area di formalizzare la proposta ricevuta ove ciò non sia incompatibile con norme imperative di legge.

## **ART. 10 - Determinazione a contrattare e contenuti**

1. Il responsabile di area, in relazione a singoli progetti e fatto salvo quanto già sopra evidenziato nel precedente articolo 10, avvia il procedimento con l'adozione di una determinazione a contrattare ai sensi dell'art.192 del d.lgs. 267/2000 che contiene, tra l'altro, oltre a quanto previsto nel presente regolamento, un avviso con il quale si invitano i soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.
2. L'avviso o la lettera d'invito deve contenere, in particolare, i seguenti elementi:
  - a. l'oggetto del contratto secondo i contenuti dello specifico progetto di

sponsorizzazione;

b. le modalità e i termini di presentazione delle offerte;

c. i requisiti di partecipazione;

d. le modalità e i criteri di valutazione delle offerte;

e. le modalità di stipula del contratto;

f. la durata e il valore del contratto;

g. il valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;

h. lo schema di contratto;

3. Il criterio di selezione è quello dell'offerta economica più vantaggiosa di cui all'art.95 del D.Leg.vo 50/2016, secondo parametri predefiniti nell'avviso. E' in facoltà del Comune, in relazione a singoli progetti, fissare criteri particolari di selezione.

4. Il Responsabile del procedimento è il responsabile di area competente, fatta salva la nomina da parte di quest'ultimo di altro funzionario della propria area.

#### **ART. 11 – Contratto**

1. Il contratto contiene, in particolare, i seguenti elementi:

a) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;

b) le obbligazioni che lo sponsee garantisce allo sponsor in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda, etc.);

c) le modalità di controllo del Comune, a cura del responsabile del procedimento, sull'esatta esecuzione del contratto;

d) la definizione degli aspetti fiscali;

e) le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;

f) la disciplina di eventuali contenziosi e le cause di recesso;

g) Le cause e le modalità di revoca del contratto;

h) Il divieto di cessione contrattuale;

#### **ART. 12 - Diritto di rifiuto**

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

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 sua immagine o alle sue iniziative o attività;

c. Reputi la sponsorizzazione inattuabile per motivi di inopportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto le finalità di seguito riportate a titolo indicativo e non esaustivo:

a. di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b. di pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico;

c. di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio

o minaccia.

### **ART. 13 - Affidamento del contratto**

1. La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal responsabile di area sulla base delle risultanze, qualora effettuate, del confronto concorrenziale.

2. Il Comune resta obbligato solo a seguito della sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione e, comunque, solo dopo la verifica del possesso da parte dell'aggiudicatario dei requisiti previsti per contrattare con l'Ente.

### **ART. 14 - Procedura per affidamento di incarico di ricerca di sponsor**

1. Il Comune può, qualora non si possa far fronte con personale in servizio e, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, procedere mediante affidamento di incarico, per il reperimento di sponsorizzazioni, ad agenzie nel campo pubblicitario o ad altro soggetto pubblico e/o privato specializzato.

2. In tale eventualità l'affidatario è scelto con le procedure previste dal D.Leg.vo 50/2016 e dalle norme regolamentari attuative.

### **Articolo 15-Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti**

1. La destinazione degli eventuali risparmi di spesa e degli introiti derivanti dalla conclusione dei contratti di cui al presente regolamento, sulla base delle norme della contrattazione collettiva nazionale e compatibilmente con le disposizioni in materia di contenimento della spesa pubblica, sono definiti nell'ambito della contrattazione decentrata.

### **ART. 16 - Aspetti contabili e fiscali**

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale inerente alle imposte dirette, per quanto applicabili, alle imposte indirette ed ai tributi locali, alla cui applicazione si fa rinvio.

2. In particolare, quando la prestazione oggetto del contratto di sponsorizzazione consiste in servizi o fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione: dello sponsor al Comune per il valore del servizio o del bene, soggetta ad IVA, e la fatturazione del Comune allo sponsor per un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.

### **ART. 17 - Verifiche e controlli**

1. Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Responsabile del procedimento, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni contenute nel contratto.

### **ART. 18 – Rinvio**

1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.

### **ART. 19 - Disposizioni finali entrata in vigore**

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che comunque risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.

2. Il presente regolamento diventa esecutivo il giorno successivo al termine della pubblicazione della deliberazione di approvazione all'Albo pretorio, stabilito in 15 giorni.