



COMUNE di CHIANCIANO TERME
PROVINCIA di SIENA

ALLEGATO A

Regolamento comunale per la disciplina delle sponsorizzazioni

Approvato con Delibera di C.C. n. 50 del 28 luglio 2016

Modifiche:

Delibera C. C. n. 55 del 29. settembre 2016

Modifica articoli 4 – 9 – 13

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 - Esclusiva generale e commerciale
- Art. 8 - Scelta dello sponsor
- Art. 9 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor
- Art. 10 - Qualificazione dello sponsor
- Art. 11 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione
- Art. 12 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti di appalto
- Art. 13 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali
- Art. 14 - Affidamenti del servizio di ricerca dello sponsor
- Art. 15 - Aspetti contabili e fiscali
- Art. 16 - Controlli e verifiche
- Art. 17 - Incentivazione al personale dipendente
- Art. 18 - Trattamento dati personali
- Art. 19 - Rinvio
- Art. 20 - Entrata in vigore

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. 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. 50/2016, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990.

2. Le disposizioni del presente regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, , buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

3. L'Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi erogati, supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché per l'ottimizzazione della spesa.

3 bis. 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.

4. Il ricorso alla sponsorizzazione si conforma ai seguenti principi generali:

a) perseguimento di interessi pubblici;

b) esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata;

c) ottimizzazione della spesa, sia attraverso la realizzazione di progetti, interventi o opere che non trovano copertura finanziaria ordinaria

5. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente regolamento, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.

Articolo 2 - 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 una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (sponsee) la quale garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi 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 sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dell'effettivo ritorno di immagine.

b) per **“sponsorizzatore”** o **“sponsor”**: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione.

c) per **“sponsorizzato”** o **“sponsee”**: il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, beni mobili ed immobili.

d) per **“spazio pubblicitario”**: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dallo sponsor.

e) per **“sponsorizzazione di puro finanziamento”**: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare esclusivamente una somma di denaro.

f) per **“sponsorizzazione tecnica”**: il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a fornire beni o servizi o effettuare lavori.

g) per **“soggetto promotore”**: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune.

2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

L'accettazione di tali erogazioni da parte dell'Amministrazione comunale è subordinata ad una verifica anche ai sensi dell'art. 4, comma 1.

Art. 3 - Individuazione, programmazione e gestione delle 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 per 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 Funzionari Responsabili di Servizio, 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 che 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 la cui pubblicità abbia ad oggetto o riferimenti:

a) alla propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b) *alla pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, materiale pornografico o a sfondo sessuale, 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 previsti dall'art. 80 del D.Lgs. 50/2016, per quanto applicabile;

b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 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 amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;

- obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;

- obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

4. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente comma 3 mediante una dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.
5. L'amministrazione comunale, con apposita delibera di Giunta, adeguatamente motivata, può rifiutare sponsorizzazioni che, pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano in contrasto con le proprie finalità.

Art. 5 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte (sponsee) 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. In caso di operazioni permutative, 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 deve essere eseguito nella misura del 60%, al momento della sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale e, nella misura del restante 40% entro i dieci giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.
2. A garanzia di detto importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo Sponsor deve costituire, se richiesta dall'amministrazione comunale, prima della sottoscrizione del contratto, apposita garanzia a favore del Comune di Chianciano Terme.
3. Nell'ipotesi prevista dal precedente articolo 5 comma 1 lett. b), lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore ovvero a realizzare l'opera, previo nulla osta dell'amministrazione comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.
4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'amministrazione comunale sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 7 - Esclusiva generale e commerciale

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
 - a) "esclusiva generale": comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico del Comune per un determinato periodo;
 - b) "esclusiva commerciale": con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto o suoi singoli lotti, categoria merceologica o di attività.
3. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

Art. 8 - 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. 9. L'avviso pubblico è approvato con determina dirigenziale unitamente al capitolato relativo alla sponsorizzazione.

3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio ed inserito sul sito internet del Comune; inoltre è possibile adoperare qualsiasi forma di pubblicità ritenuta di volta in volta la più adeguata in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.

4. L'avviso deve indicare i seguenti dati minimi:

- l'iniziativa, in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario, compresa nell'elenco delle iniziative annuali specifiche definite con apposito provvedimento ovvero complementare al normale corso delle iniziative o interventi posti in essere in base agli stanziamenti disposti nel Bilancio e/o nel PEG;
- l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
- l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
- la durata della sponsorizzazione,
- le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che comunque non può essere inferiore a 15 giorni ;
- le eventuali garanzie richieste;
- l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- 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. 9;
- 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. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Servizio competente nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la suddetta valutazione ci si potrà avvalere di apposita commissione presieduta dal Responsabile del Servizio innanzi indicato.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:

- l'indicazione del corrispettivo della sponsorizzazione;
- il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
- le dichiarazioni richieste dall'avviso;
- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

Art. 9 - 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 *di importo superiore a quarantamila euro*, il Responsabile del Servizio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone gli atti necessari per l'apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 8, 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. 10 - Qualificazione dello sponsor

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi per oggetto i lavori, i servizi o le forniture di cui all'art. 19 del D.Lgs. 50/2016, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor per importi superiori a quarantamila euro, si applicano le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori dei contratti pubblici previsti dal D.Lgs. 50/2016.

Art. 11 - 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 le modalità di svolgimento 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 Foro di Siena in caso di controversie;
 - j) la disciplina delle spese contrattuali;
 - l) l'impegno a carico dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e alla veicolazione del messaggio pubblicitario;
 - m) il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione.
2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve essere inoltre 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. 12 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti di appalto

1. Il Comune può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.

2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

Art. 13 - Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004, si applicano, le disposizioni di cui al D.Lgs. 50/2016 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento.

2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà risultare qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.

3. Qualora le imprese edili e le imprese da esse collegate o controllate rivestano la qualità di sponsor dell'amministrazione attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.

4. L'amministrazione impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. *Gli interventi oggetto* di sponsorizzazione inerenti 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 e alla soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 14 - Affidamenti del servizio di ricerca dello sponsor

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può tuttavia affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure sugli appalti di servizi previste dal D.Lgs. 50/2016 e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

Art. 15 - Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in Bilancio e nel PEG ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. 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 e in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le prestazioni rese ai sensi del presente regolamento generano emissione di fattura e le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli 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 servizi o 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 pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.
5. Le spese relative alla stipula del contratto ed alla sua eventuale registrazione, solo in caso d'uso, saranno interamente a carico dello sponsor.

Art. 16 - Controlli e verifiche

1. L'ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicate allo sponsor.

Art. 17 - Incentivazione al personale dipendente

Una quota percentuale dei corrispettivi (IVA esclusa) effettivamente riscossi nell'anno dal Comune per contratti di sponsorizzazione, con esclusione delle sponsorizzazioni reperite ai sensi dell'art. 14 comma 2, può essere destinata e quindi incrementare il trattamento economico del personale dipendente nel rispetto dei contratti collettivi di lavoro vigenti.

Art. 18 - 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. 19 - Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'attuazione concreta del regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

Art. 20 - Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore dal giorno 9 agosto 2016.