



COMUNE DI MONSELICE
Provincia di Padova

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA
DELLE ATTIVITÀ E LA GESTIONE DI
SPONSORIZZAZIONI**

approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 29 del 9/5/2011

Art. 1 - Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e nell' art. 119 del D. Lgs 267/2000 e dell'art. 26 del D. Lgs 163/2006.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione ed 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 (persone fisiche, incluse le società di persone) e con "persone giuridiche" per realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni, beni o attività 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 versare una somma in denaro e/o a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;

b) per "accordi di collaborazione" quei contratti di sponsorizzazione che determinano, a fronte di investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune, oltre al ritorno pubblicitario rimarcato alla lettera a), la possibilità economica di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune a favore del soggetto c.d. collaborante, estrinsecanti in forniture di servizi e di beni caratterizzati da potenzialità di redditività.

c) per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro e/o in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;

d) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;

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. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante trattativa privata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio on line, inserimento nel sito internet del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più opportune 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 del progetto di sponsorizzazione;

b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;

c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione (importo minimo richiesto, ecc.).

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche, incluse le società di persone:

- l'inesistenza della incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 32 ter e seguenti del Codice Penale 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 per le imprese);

b) per le persone giuridiche:

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

6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

7. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con atto deliberativo della Giunta tenuto conto di quanto previsto dal successivo art. 8 del presente regolamento;

8. Ove pervengano più offerte, con l'atto di Giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione;

9. La graduatoria è formata in ragione della maggior utilità economica per il Comune;

10. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell'Area Organizzativa competente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate con il PEG. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può individuare le iniziative da finanziare mediante sponsorizzazione.

2. 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.

3. Nell'ambito del PEG o della deliberazione della Giunta Comunale saranno anche individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

Art. 6 - ambiti di applicazione dei contratti di sponsorizzazione e di accordi di collaborazione

Il Comune può autorizzare forme di "sponsorizzazione" in relazione ad:

- a) attività culturali;
- b) attività sportive;
- c) attività sociali e giovanili;
- d) attività di promozione turistica;

- e) attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- f) attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
- g) esecuzione di scavi archeologici;
- h) attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- i) attività inerenti il servizio di verde pubblico e di arredo urbano;
- l) attività inerenti la protezione civile ed i lavori pubblici;
- m) ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.

Per gli accordi di collaborazione sono attività privilegiate:

- a) la concessione di edifici monumentali in degrado, ovvero in disuso, a soggetti privati, i quali, fatta salva la destinazione d'uso, li recuperino o restaurino e li utilizzino anche per proprie sedi, per lo stretto tempo necessario all'ammortamento, attraverso i costi di locazione, delle spese sostenute; i canoni dovranno essere adeguatamente ponderati dall' ufficio tecnico comunale in relazione ai criteri convenzionali di calcolo mediato dalle realtà di mercato e dallo stato degli edifici, fino al termine massimo di 30 anni. È ammessa la libera contrattazione dei canoni dovuti entro i margini del 25%, in aumento o in detrazione, in relazione alle finalità statutarie e sociali dello "sponsor";
- b) le istituzioni museali, bibliotecarie ed espositive, ovvero settori specifici di attività delle stesse;
- c) gli impianti sportivi di proprietà comunale;
- d) il restauro, il recupero, l'adeguamento funzionale, la messa a norma, e la gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune.

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione e accordo di collaborazione

1. Il contratto di sponsorizzazione determina, a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro, ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune di Monselice, le modalità con cui il Comune si impegna a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.
2. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d) gli obblighi assunti a carico dello sponsee;
 - e) l'eventuale diritto di esclusiva della sponsorizzazione.
 - f) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze (inadempimenti e risoluzioni,, modalità di risoluzione delle controversie);
3. Il contratto di sponsorizzazione deve includere obbligatoriamente le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei segni distintivi/ marchi (dello sponsor e dello sponsee) con indicazioni dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
4. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo dello sponsee ovvero dello sponsor devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed all'immagine del Comune.
5. L'Amministrazione comunale può definire di volta in volta, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi.
6. L'accordo di collaborazione potrà determinare, indipendentemente dall'importo della sponsorizzazione o collaborazione, oltre che il ritorno pubblicitario tipico del contratto, anche la possibilità economica per lo

"sponsor" di ricavare direttamente una redditività ulteriore dall'attività svolta in collaborazione con il Comune, concretizzabile nella fornitura di servizi e di beni collegati all'iniziativa organizzata dal Comune (ad es. gestione di strutture pubbliche quali attrezzature sportive, spazi espositivi, parcheggi, ecc.), per l'utilizzo dei quali è comunemente previsto il pagamento di una tariffa (abbonamento, ticket, ecc.) a fronte di un corrispondente beneficio da parte del Comune.

Art. 8 - Riserva di rifiuto

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) qualora non rispetti il ruolo di neutralità e imparzialità del Comune.
- c) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno all'immagine dell'ente o alle proprie iniziative;
- d) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, sostanze stupefacenti, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o violenza.

Art. 9 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

1. L'Amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative dell'ente, manifestino spontaneamente la loro volontà;

2. Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

Art. 10 - Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Una quota dei risparmi derivanti dai contratti di sponsorizzazione, determinati quale differenza tra il valore monetario della sponsorizzazione e gli oneri diretti effettivi sostenuti dall'ente per lo svolgimento dell'attività di veicolazione, verrà ripartita a favore dei dirigenti e del personale dipendente e sarà stabilita, di volta in volta dalla Giunta Comunale nella misura percentuale massima del 10 %, contestualmente alla delibera di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione .

2. La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata rispettivamente per il personale dipendente e la dirigenza.

Art. 11 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2. 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.12 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento e la gestione delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 13 - Aspetti contabili

1. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono inserite, secondo quanto previsto dal D. Lgs 267/2000 e dal DPR 194/1996, nel bilancio di previsione ad inizio anno, o durante l'anno con successiva variazione, sulla base di criteri prudenziali.
2. I proventi derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono contabilizzati tra le entrate extratributarie al Titolo III categoria 5. Le spese derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono contabilizzate, secondo la natura corrispondente, nella funzione/servizio interessati dall'iniziativa di sponsorizzazione. Al fine di garantire la massima trasparenza delle iniziative di sponsorizzazione e supportare gli adempimenti fiscali, nel bilancio finanziario vengono rilevate le operazioni permutative.
3. Le risorse individuate come minori spese e costituenti nella fornitura da parte dello sponsor di beni durevoli sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto di ammortamento economico.
4. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono altresì contabilizzate nel rendiconto, parte finanziaria di cui conto del bilancio e parte economico-patrimoniale, di cui conto patrimonio e conto economico, nel rispetto della normativa e dei principi contabili vigenti.

Art. 14 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs 196/2003.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune, in persona del Sindaco, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.