



COMUNE DI MANERBIO
(Provincia di Brescia)

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione C.C. n.44 del 29.11.2016

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni dell'art. 43 della Legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000 e successive modifiche ed integrazioni e dell'art. 19 del D.Lgs. 50/2016.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce una opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:
 - a) “*contratto di sponsorizzazione*”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro e/o fornire beni o servizi (propri o acquisiti da terzi) e/ o effettuare lavori a favore dell'altra parte (*sponsee*) la quale le 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 dall'effettivo ritorno di immagine;
 - b) “*sponsorizzatore*” o “*sponsor*”: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione
Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:
 - i) le persone fisiche;
 - ii) le imprese individuali;
 - iii) le società di persone;
 - iv) le persone giuridiche, di natura pubblica o privata, aventi o meno scopo o finalità commerciali;
 - v) gli Enti pubblici non economici;
 - vi) le associazioni senza fini di lucro le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune.
 - c) “*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;
 - d) “*spazio pubblicitario*”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni messo a disposizione dello *sponsor*.

Art. 3 - Ambito di applicazione

1. Attraverso i contratti di sponsorizzazione il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie o strumentali (beni, forniture, servizi, opere e lavori pubblici).
2. La Giunta Comunale può individuare spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
3. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione può comunque riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche a carico del bilancio comunale.
4. I dirigenti, nell'ambito della propria competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

Art. 4 - Vincoli oggettivi

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e può recedere 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 un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse;
 - d) riguardi propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica; pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacchi, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche e gioco d'azzardo; messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

Art. 5 - Vincoli soggettivi

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione tutti i soggetti che:
 - a) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;
 - 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 ed 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 tutela dell'ambiente.
 - c) abbiano un contenzioso di qualsiasi tipologia nei confronti della Pubblica Amministrazione.

Art. 6 - Sponsorizzazioni plurime

1. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor pertanto il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso evento od oggetto.

Art. 7 – Scelta dello *sponsor*

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. La scelta dello *sponsor* è effettuata di norma mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 8 e 9 quando ricorre.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul profilo di committente del Comune e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.
4. L'avviso dovrà contenere almeno i seguenti elementi:
 - a) l'oggetto del contratto ed i conseguenti obblighi dello *sponsor*;
 - b) i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
 - c) le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte;
 - d) i criteri di valutazione delle offerte;
 - e) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - f) l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 8;
 - g) 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.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:
 - a) le dichiarazioni richieste nell'avviso;
 - b) l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
 - c) 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. 8 – 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, il dirigente dell'ufficio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità da parte della Giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 7, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione 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 il termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 9 – Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
 - a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 7;
 - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristica dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
 - c) quando il valore complessivo della sponsorizzazione (corrispondente all'importo della somma versata dallo sponsor od al valore in denaro del servizio, fornitura o intervento prestati gratuitamente) è inferiore alle soglie stabilite dal Codice degli Appalti per gli affidamenti diretti; fermo restando quanto previsto all'art. 7 comma 1.

Art. 10 – Qualificazione dello *sponsor*

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello *sponsor*, lo stesso, oltre a quanto previsto dall'art.2 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
2. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

Art. 11 - Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno definiti:
 - a) l'oggetto del contratto;
 - b) gli obblighi delle parti;
 - c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
 - d) la durata del contratto;
 - e) i controlli sull'attività dello *sponsor*;
 - f) la facoltà di recesso da parte del Comune;
 - g) la risoluzione del contratto per inadempimento;
 - h) il divieto di cessione del contratto di sponsorizzazione:

- i) la competenza del foro di Brescia in caso di controversie;
- j) la disciplina delle spese contrattuali.

Nel contratto deve essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo *sponsor* rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto del Comune al risarcimento del danno stesso.

Art. 12 – 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 dagli artt.7 e seguenti del D. Lgs. 30-06-03 n.196.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Manerbio in persona del suo Sindaco pro tempore 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 all'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.

Art. 13 – Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte 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 e spese 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. 14 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene anticipatamente sia che abbia durata inferiore all'anno sia durata pluriennale.
2. Su richiesta del Comune, lo *sponsor* deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa su schema fornito dall'Amministrazione.

Art. 15 – Adozione di aree verdi

1. Il Comune, con deliberazione della Giunta comunale, procederà all'individuazione delle aree comunali destinate a verde pubblico che potranno essere assegnate in "adozione".
2. L'adozione consiste nell'obbligo dello sponsor di provvedere alla realizzazione del primo impianto dell'area e/o alla manutenzione ordinaria della stessa.
3. Lo sponsor dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'impianto che per la manutenzione ordinaria, un progetto tecnico - conforme alle linee guida predisposte dall'ufficio competente- che, approvato dalla Giunta comunale con propria deliberazione, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione.
4. Il progetto potrà anche essere fornito dall'Amministrazione comunale. In ogni caso, esso dovrà contenere l'indicazione delle spese correlate alle varie operazioni.
5. La pubblicità avverrà tramite l'inserimento nell'area verde di appositi cartelli o targhe con caratteristiche e dimensione stabilite dall'Amministrazione.
6. L'area non dovrà in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni d'impianto ed a quelle relative alla manutenzione ordinaria.
7. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto.
8. Il contratto è rinnovabile con lo stesso sponsor, sulla base della bontà dei risultati raggiunti nel periodo

- pregresso, per la stessa durata di quello originario, con possibilità di revisione della proposta economica.
- lo *sponsor* fatturerà al Comune al termine della prima sistemazione dell'area quanto previsto dal contratto. Qualora sia previsto che nel corrispettivo cui è tenuto lo *sponsor* rientri anche la manutenzione periodica delle aree, la fattura sarà emessa dopo ogni anno di manutenzione. A sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.
 - Il presente regolamento sostituisce tutte le disposizioni precedenti in materia.

Art.16 – Aspetti contabili e fiscali

- Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
- 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.
- Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad IVA di legge". Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.
- Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori a carico dello *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, soggetta ad Iva, e la fatturazione del Comune allo *sponsor* di un pari importo, soggetto ad Iva, per l'attività di sponsorizzazione. Le due fatture verranno compensate contabilmente (Art. 1241 C.C.).

Art.17 – Verifiche e controlli

- L'ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.
- I contratti di sponsorizzazioni sono inoltre soggetti a controlli da parte dell'ufficio individuato come competente, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.
- Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo *sponsor*; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 18– Riserva organizzativa

- La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Manerbio secondo la disciplina del presente regolamento.
- Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli *sponsor* a soggetti da individuare tramite le procedure per gli appalti di servizi e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

Art. 19 – Rinvio

- Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.

Art. 20 – Entrata in vigore

- Il presente regolamento, dopo l'esecutività della delibera di adozione, verrà pubblicato per quindici giorni all'albo comunale ed entrerà in vigore il giorno successivo all'ultimo di pubblicazione, ai sensi dell'art. 7, comma 3 dello statuto comunale.