

REGOLAMENTO SUI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

art.1 - Quadro normativo e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina - nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 43 della L. n. 449/1997, nell'art. 119 del D. Lgs. 267/2000 e ss.mm.ii., negli artt. 19 e 151 DLgs. 50/2016 ss.mm.ii., nell'art. 120 del DLgs. 42/2004 - i presupposti, le condizioni e la procedura di affidamento dei contratti di sponsorizzazione per eventi, iniziative, lavori, servizi o forniture promossi, organizzati o gestiti dall'Amministrazione Comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.

2. Le iniziative di sponsorizzazione tendono a favorire:

- l'innovazione dell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente;
- la realizzazione di economie di bilancio totale e/o parziale, rispetto alle previsioni di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor;
- una migliore qualità dei servizi erogati alla collettività;
- la promozione di attività ed eventi di pubblico interesse ed utilità;
- la realizzazione di sinergie con il settore privato.

L'ambito di applicazione riguarda, pertanto, tutti i servizi dell'Amministrazione Comunale, compresa la realizzazione di opere pubbliche.

art. 2 - Definizioni

Al fine del presente regolamento si intende:

a) per "**sponsor**", il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o pubblico che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde una somma di denaro o altra utilità ad altro soggetto (sponsee) di cui alla lettera b) del presente articolo.

b) per "**sponsorizzato**" (sponsee), il soggetto che rende una prestazione di mezzi consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi o iniziative secondo le previsioni del relativo contratto di sponsorizzazione, a fronte dell'erogazione di cui alla precedente lettera a).

c) per "**contratto di sponsorizzazione**", una atto negoziale, consensuale, a prestazioni corrispettive, con fini pubblicitari, mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni, prestare servizi o eseguire lavori a favore del soggetto sponsorizzato che, a sua volta, si impegna nell'ambito delle proprie iniziative e manifestazioni pubbliche a pubblicizzare in predeterminati spazi il nome, il marchio, l'attività, prodotti o servizi o simili dello sponsor, nei modi previsti dal contratto. L'obbligazione del soggetto sponsorizzato si configura come un'obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa è da intendersi adempiuta con la realizzazione della manifestazione e dell'evento dedotto nel contratto di sponsorizzazione, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine in capo allo sponsor.

d) per "sponsorizzazione" ogni corrispettivo in denaro (sponsorizzazione economica), lavori, beni servizi, prestazioni o interventi (sponsorizzazione tecnica) provenienti da un soggetto terzo (sponsor) o da terzi per suo conto, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, attività, prodotti, servizi e simili.

e) per "spazio pubblicitario" lo spazio fisico il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

f) per "accollo diretto del debito" si intende una particolare tipologia di sponsorizzazione economica con la quale lo sponsor si assume direttamente il debito dell'Amministrazione nei confronti del fornitore/esecutore dell'intervento sponsorizzato e provvede al pagamento senza versare denaro all'Amministrazione che beneficia del bene e/o del servizio erogato dal terzo fornitore/esecutore. In caso di accollo del debito, il contratto di appalto fra fornitore/esecutore del bene/servizio a favore dell'Amministrazione richiede la partecipazione e la sottoscrizione dello sponsor.

Art.3 - Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione

1. Le sponsorizzazioni a favore del Comune; possono avere ad oggetto il riconoscimento di una somma di denaro, la fornitura di materiali, attrezzature, beni, strumenti acquisiti e/o realizzati a cure e spese dello sponsor, la realizzazione di un'opera, di un servizio nonché la fornitura di una prestazione di servizio, nonché ogni altra utilità che risponda a peculiari finalità di interesse pubblico nell'ambito della programmazione comunale.

2. Il Comune ricorre, a titolo esemplificativo, a forme di "sponsorizzazione" in relazione:

- ad attività culturali di differente tipologia;
- ad attività sportive;
- ad attività di promozione turistica;
- ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico

3. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale e religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacchi, superalcolici, armi e materiale pornografico o a sfondo sessuale, gioco d'azzardo e/o alla promozione a all'uso di sostanze vietate;
- messaggi contenenti informazioni contrarie all'ordine pubblico, al buon costume, ingannevoli, pregiudizievoli per la salute, la sicurezza, l'ambiente, la tutela dei minori e/o dei consumatori;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia e quelle ritenute in qualsiasi altro modo in contrasto con la legge o con i regolamenti comunali, contrari al decoro o alla morale pubblica, oppure inaccettabili per motivi di opportunità generale.

4. Non è possibile fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione:

- a) per servizi pubblici essenziali;
- b) per servizi espletati a garanzia dei diritti fondamentali dei cittadini;
- c) per servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferiti a persone fisiche e giuridiche.

Le prestazioni lavorative, ovvero le forniture di beni o servizi, oggetto della sponsorizzazione dovranno essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione, nel rispetto delle finalità di cui agli articoli precedenti e in conformità alle prescrizioni del codice dei contratti pubblici.

art.4 - La figura dello sponsor

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, compreso le imprese individuali, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, di natura pubblica o privata, avente o meno scopo di lucro, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, le società cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod. civ.);
- qualsiasi soggetto senza fini di lucro, costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune.

art.5 - Esclusioni dallo status di sponsor

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che:
 - abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale che si valutino suscettibili di determinate situazioni di conflitto d'interessi in relazione all'oggetto della sponsorizzazione;
 - esercitino attività in conflitto di interesse con attività pubbliche o non compatibili con i principi e il decoro dell'amministrazione;
 - si trovino in una situazione di incapacità a contrarre con la pubblica amministrazione indicata all'art. 80 del D.lgs 50/2016;
 - non dichiarino di rispettare o, comunque, non rispettino 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.
2. L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui ai precedenti punti mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000 che verrà sottoposta alle relative verifiche sulla base delle disciplina prevista all'interno del procedimento amministrativo, tempo per tempo in vigore.

art.6 - Sponsorizzazioni plurime

Fatte salve le ipotesi di esclusione di cui all'art. 5 del presente regolamento, sono ammesse le sponsorizzazioni plurime riferite ad una singola manifestazione, iniziativa o lavoro.

Art.7 - Procedura in caso di iniziativa dell'Amministrazione Comunale

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati a ciascun Dirigente. È data facoltà alla Giunta Comunale di formulare indirizzi specifici al dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.

2. Al fine di assicurare il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento e trasparenza si stabilisce che:

a) l'affidamento di contratti di sponsorizzazione avente ad oggetto lavori, servizi o forniture per importi superiori a 40.000,00 (quarantamila euro), mediante dazione di denaro o accollo di debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet del Comune, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, approvato con determinazione del Dirigente competente in relazione ai singoli progetti e attività, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi.

b) l'affidamento di contratti di sponsorizzazione avente ad oggetto lavori, servizi o forniture per importi inferiori a 40.000,00 (quarantamila euro), mediante dazione di denaro o accollo di debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, viene effettuato dal Dirigente del Settore procedente ai sensi dell'art. 36, comma 2, lettera a) del D. Lgs 50/2016, previa pubblicazione di un avviso, approvato con determinazione dirigenziale, all'Albo Pretorio e sul sito web istituzionale del Comune di Corato, per almeno 7 giorni.

3. La determinazione a contrarre deve indicare il fine che il contratto di sponsorizzazione intende perseguire; l'oggetto del contratto, la sua forma e le clausole ritenute essenziali, le modalità di scelta del contraente ed i criteri per la valutazione delle proposte.

Il bando o l'avviso devono, altresì, contenere i seguenti dati:

a) l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;

b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;

c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;

d) il piano di comunicazione e gli strumenti pubblicitari che il Comune di Corato mette a disposizione dell'iniziativa da sponsorizzare.

4. L'offerta deve in ogni caso essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) l'inesistenza di preclusioni a contrarre con la pubblica amministrazione di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 689/81, ed ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
- d). di non rappresentare ordini di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- e) il nome del rappresentante legale o del soggetto munito del potere di rappresentanza;
- f) la specifica qualificazione in caso di lavori pubblici
- g) l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

In caso di più offerte queste saranno valutate dal Dirigente del settore competente, nel rispetto dei criteri stabiliti nel bando o avviso pubblico. In caso di più proposte di sponsorizzazione, qualora ne ricorrano i presupposti, il Dirigente competente può valutare la sottoscrizione di sponsorizzazioni plurime nel rispetto delle soglie di cui all'art. 7, lettere a) e b) del presente regolamento.

5. Ai sensi dell'art. 19 D. Lgs. 50/2016, trascorsi i rispettivi periodi di pubblicazione degli avvisi di cui al comma 2, lettere a) e b) del presente articolo, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art. 80 D. Lgs. 50/2016.

Art.8 - Procedura in caso di iniziativa spontanea dello sponsor

1. Qualora arrivi una proposta spontanea di sponsorizzazione da parte di soggetti terzi, economica, tecnica, prestazionale o di accollo del debito che sia, essa deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative. Il riconoscimento dell'utilità della proposta avviene mediante approvazione della stessa con delibera della Giunta Comunale.
2. A seguito di ciò, se il valore complessivo della proposta di sponsorizzazione (corrispondente all'importo proposto o al valore in denaro del servizio, fornitura od intervento proposti dallo sponsor) è:
 - a) inferiore o uguale a 40.000,00 (quarantamila/00) euro, il contratto di sponsorizzazione può essere affidato direttamente dall'Amministrazione, senza alcuna procedura comparativa, a soggetto in possesso dei necessari requisiti per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione;
 - b) superiore a 40.000,00 (quarantamila/00) euro, l'approvazione dell'affidamento è soggetta alla previa pubblicazione sul sito internet del Comune, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto e l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente.
3. Il Comune, fatte salve le ipotesi in cui sia da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità, potrà decidere, anche per le proposte di cui al comma 2, lettera a) del presente articolo, di garantire adeguate forme di pubblicità e concorrenza, al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili

ulteriori offerte migliorative, predisponendo apposito avviso da pubblicare sul sito internet del Comune per almeno 5 giorni.

Art. 9 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione, viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- l'individuazione dell'oggetto del contratto ed il contenuto della sponsorizzazione;
- gli impegni e/o gli obblighi dello sponsee;
- gli impegni e/o gli obblighi dello sponsor;
- le modalità di veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
- le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- la definizione degli aspetti fiscali;
- le cause e le modalità di recesso del contratto da parte dell'Amministrazione;
- le eventuali sanzioni, ovvero le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- la disciplina di eventuali contenziosi;
- l'eventuale cauzione da richiedere nelle ipotesi di prestazioni continuative;
- l'eventuale garanzia fidejussoria;
- spese e disposizioni contrattuali finali.

2. In ogni contratto deve essere prevista la clausola risolutiva espressa per i seguenti casi:

- a) mancata attuazione dell'iniziativa oggetto della sponsorizzazione o rinvio della stessa. La risoluzione del contratto non comporta, in tal caso, alcun diritto, da parte dello sponsor, a pretese o danni di qualsiasi natura;
- b) mancata ottemperanza ad una qualsiasi delle obbligazioni poste a carico dello sponsor;
- c) laddove il soggetto privato rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento degli eventuali maggiori danni;
- d) mancato o parziale pagamento del corrispettivo, o scorretta erogazione, da parte dello sponsor, di quanto pattuito. In questi casi, il Comune procederà al recupero coattivo del credito, imputando a carico dello sponsor le relative spese.

3. In ogni contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor.

4. Al termine del rapporto derivante dalla stipulazione del contratto, lo sponsor è tenuto, con oneri a proprio carico, alla rimozione del messaggio pubblicitario.

5. In caso di risoluzione del contratto, lo sponsor, fermo restando il risarcimento di eventuali maggiori danni all'immagine del Comune, è tenuto all'immediata rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a proprio carico e a non avvalersi ulteriormente di alcuna delle controprestazioni concordate.

Art. 10 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, con delibera della Giunta, può rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- 1) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;

- 2) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno della immagine o delle proprie iniziative comunali;
- 4) lo sponsor versi in una delle ipotesi di esclusione di cui all'art. 5 del presente regolamento;
- 3) la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

Art. 11 - Trattamento dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento sono trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal DLgs. 196/2003 e dal D. Lgs. n.101/2018.

Titolare del trattamento dei dati è il Comune in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla citata normativa.

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dai rappresentanti dell'amministrazione comunale tenuti all'applicazione del presente regolamento e possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del medesimo regolamento.

Art.12 - Aspetti fiscali

Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio. Il valore della fatturazione della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa. La fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo di cui al comma precedente.

Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizio nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta all'IVA e la fatturazione del Comune allo sponsor di pari import, soggetto ad IVA, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor.

Art.13 - Verifiche e Controlli

Le sponsorizzazioni sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Dirigente del Settore competente, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi

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.

Le penali dovute in caso di inadempimento sono specificate nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 14 - Stipula dei contratti

Il Segretario Generale roga, nell'esclusivo interesse del Comune, i contratti oggetto del presente Regolamento.

Art.15 - Norme di rinvio

Per quanto non disciplinato nel presente Regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti, la normativa del Codice civile e le altre leggi vigenti riguardanti la peculiare

materia dei contratti e, più genericamente, delle obbligazioni nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.

Art.16 - Disposizioni Finali

Il presente Regolamento abroga ogni precedente atto o provvedimento o parte degli stessi con esso incompatibili.