

Il Responsabile del Servizio
f.to (Basso Gianfranco)

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività gestionali di sponsorizzazione che il Comune di CODOGNE' pone in essere in attuazione dell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 e dell'art. 119 del decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267.
2. Le iniziative di sponsorizzazione incentivano e promuovono l'innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, al fine di conseguire economie di spesa e risultati di qualità nelle prestazioni di servizi alla collettività.
3. Il presente regolamento ha lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

Art. 2 – Contenuto di sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione e relativi destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati (in particolare: imprese, associazioni, fondazioni, cittadini), la cui attività non si ponga in conflitto con l'interesse pubblico, al fine di realizzare o acquisire, a favore dell'Amministrazione comunale, beni, servizi, lavori pubblici, opere, attività o comunque interventi inseriti nei programmi di bilancio con finanziamento a carico dello stesso; nei contratti o accordi stessi, l'Amministrazione Comunale assume l'impegno di concedere l'uso di appositi e predefiniti spazi pubblicitari. Il risultato della sponsorizzazione e/o collaborazione deve pertanto concretizzarsi nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri in denaro per l'ente, della prevista prestazione da parte dello sponsor.

Articolo 3 - Definizioni

Ai fini del presente provvedimento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione": un contratto mediante il quale l'Amministrazione comunale (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo soggetto (sponsor) la possibilità di pubblicizzare la relativa ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, a fronte dell'obbligo di quest'ultimo di eseguire una predeterminata prestazione od opera;
- b) per "sponsorizzazione e/o collaborazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, lavori o comunque interventi provenienti da terzi – non in denaro – a fronte dell'obbligazione dell'Amministrazione di concedere l'uso di appositi e predefiniti spazi pubblicitari, allo scopo di promuovere la ragione sociale e/o il marchio aziendale, le attività e/o i prodotti dello sponsor;
- c) per "sponsor": il soggetto pubblico e/o privato che stipula un contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione con l'Amministrazione comunale;
- d) per "promotore": un soggetto pubblico o privato che presenta all'Amministrazione comunale una proposta di contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione, corredata da programma, preventivo, progetto, ecc..;

- e) per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni, alle condizioni di volta in volta stabilite dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 – Vincoli

1. Le iniziative del Comune supportate tramite sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione:
 - devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
 - devono escludere forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata;
 - devono essere consone e compatibili con la natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità del medesimo;
 - devono produrre risparmi di spesa o acquisizioni di entrate.
2. Gli strumenti di attuazione delle sponsorizzazioni non devono essere in contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti.

Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono di norma individuate nell'ambito degli obiettivi assegnati ai responsabili dei servizi.
2. La Giunta Comunale può altresì formulare, in corso d'anno, indirizzi specifici al competente responsabile di servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
3. Il responsabile del servizio provvede ad elaborare i programmi e i progetti per i quali si può fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nonché la loro quantificazione economico-finanziaria.

Art. 6 – Iniziativa diretta o di terzi

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale.
2. La sponsorizzazione può avere origine:
 - su iniziativa del Comune, attraverso la pubblicazione di un avviso pubblico;
 - su iniziativa di soggetti pubblici o privati.
3. I soggetti (a titolo esemplificativo: enti pubblici o privati, società, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini) con i quali è possibile attivare i contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione sono tutti coloro la cui attività, avente o meno rilevanza economica, esclude ogni forma di conflitto con l'interesse pubblico.

Articolo 7 - Procedure di iniziativa dell'Amministrazione comunale per la stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione

1. La selezione del contraente è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione e/o collaborazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito Internet del Comune e/o in ogni

altra forma ritenuta di volta in volta più conveniente per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione e i conseguenti obblighi dei contraenti secondo i contenuti del capitolato allegato o del foglio condizioni o del progetto di sponsorizzazione e/o collaborazione;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione e/o collaborazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta, indicare il contenuto dell'accordo di collaborazione (il bene, il servizio o l'attività che si intende sponsorizzare), nonché contenere l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24 novembre 1981, n. 689 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;
 - b) per le persone giuridiche (oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza): il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
6. L'offerta deve altresì contenere l'impegno ad eseguire correttamente gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni, con conseguente assunzione delle relative responsabilità.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dalla Commissione di gara, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione.
8. Per sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione il cui controvalore monetario possa essere quantificato di importo non superiore a 2.000 Euro (I.V.A. esclusa) è ammessa la scelta diretta del contraente.
9. Il contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione, formalizzato mediante determinazione adottata dal competente responsabile, è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del servizio; con il contratto di sponsorizzazione viene autorizzata e disciplinata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato o nel foglio condizioni.

Articolo 8 - Iniziativa da parte di un "promotore" per la stipula di un contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione

1. Un soggetto privato, di seguito chiamato "promotore", può presentare all'Amministrazione comunale una proposta di contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione mediante offerta adeguatamente documentata da un preventivo finanziario, progetto e relativo capitolato ecc., con i contenuti minimi di cui all'art. 2 del presente regolamento.
2. Entro 10 giorni dalla ricezione della proposta di cui al precedente comma 1, il competente responsabile di servizio provvede alla comunicazione al promotore del nominativo del funzionario nominato responsabile del procedimento; quest'ultimo, nei

successivi 10 giorni, procederà alla verifica della completezza dei documenti ed alla eventuale richiesta di integrare gli atti, i documenti ecc. entro i successivi 20 giorni dalla richiesta stessa, prorogabile per una sola volta, a richiesta motivata del promotore, di ulteriori 10 giorni.

3. Conclusa l'istruttoria preliminare, il competente responsabile di servizio sottopone la proposta alla Giunta comunale per l'approvazione o il diniego giustificato (eventualmente anche per i motivi di cui al successivo articolo 10). In sede di esame della proposta si dovrà considerare la fattibilità della stessa con riferimento all'interesse pubblico ed in particolare l'inesistenza di conflitti tra l'interesse pubblico e l'attività privata.
4. In caso di approvazione della proposta da parte della Giunta comunale, il competente responsabile di servizio, senza ritardo, dovrà dare pubblicità alla stessa mediante pubblicazione all'Albo Pretorio per la durata di giorni 15, sul sito Internet del Comune e in ogni altra forma ritenuta di volta in volta più conveniente per una migliore conoscenza.
5. Nell'eventualità che nei successivi 15 giorni dalla scadenza del termine di pubblicazione all'Albo pervengano altre proposte, l'Amministrazione, sulla base delle risultanze dei lavori dell'apposita Commissione giudicatrice e secondo le modalità ed i criteri da indicare obbligatoriamente nell'avviso di cui al precedente punto 4, procederà alla comparazione della proposta del promotore con quelle degli altri soggetti. Nel caso in cui non vengano presentate altre proposte, il contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione verrà stipulato con il promotore dell'iniziativa nei successivi 20 giorni.
6. In caso di presentazione di più proposte, la pronuncia definitiva dell'Amministrazione, sulla base delle risultanze dei lavori di apposita Commissione giudicatrice, in ordine alla proposta scelta, dovrà avvenire, in ogni caso, entro 90 (novanta) giorni decorrenti dalla data della pubblicazione all'Albo dell'avviso di cui al precedente punto 4; la pronuncia definitiva verrà resa nota mediante pubblicazione all'Albo e comunicazione agli interessati degli esiti della comparazione.
7. A seguito delle procedure di cui sopra, il promotore, entro 20 giorni dalla ricezione della comunicazione, potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione economicamente più vantaggiosa. In questo caso il promotore risulterà aggiudicatario del contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione da lui stesso promosso. In caso contrario risulterà aggiudicatario il soggetto che ha presentato la migliore proposta e si provvederà alla stipula del contratto nei successivi 20 giorni.

Articolo 9 - Contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione

1. La gestione della sponsorizzazione e/o collaborazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono stabiliti in particolare:
 - a) il diritto del contraente all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dei contraenti del contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione;
 - d) le clausole relative alle eventuali inadempienze.

Articolo 10 - Contratto di sponsorizzazione con realizzazione di lavori pubblici

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto la realizzazione di lavori pubblici non si applicano le disposizioni di cui alla legge 11 febbraio 1994 n. 109 (c.d. Legge Merloni), salvo l'art. 8 della stessa.

Art. 11 – Il negozio senza prestazioni corrispettive

1. Le sponsorizzazioni, offerte o proposte, caratterizzate da “modesta” o inesistente rilevanza commerciale delle prestazioni pubblicitarie e/o in cui comunque prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali con profili di cosiddetto mecenatismo da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta.

Articolo 12 - Diritto di rifiuto della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione qualora:
 - a) ritenga che possa derivarne un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative;
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Articolo 13 - 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 dal D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 e successive modificazioni.
3. 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 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.

Articolo 14 - Aspetti contabili e fiscali

1. Il valore “contabile” della “sponsorizzazione” e/o “accordo di collaborazione” corrisponde all'importo dell'economia di bilancio realizzata con la specifica iniziativa; esso può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore delle prestazioni pubblicitarie, ai fini della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (“spazio pubblicitario”), è pari all'importo specificato al comma precedente.

Art. 15 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni e/o collaborazioni

1. Le somme previste nei capitoli di bilancio interessati alle sponsorizzazioni e/o collaborazioni che risultano non utilizzate a seguito di esecuzione del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
2. Tali risparmi di spesa possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) una quota viene destinata all'implementazione del fondo risorse decentrate destinate alla incentivazione delle politiche di sviluppo delle risorse umane e della produttività;
 - b) una quota viene destinata al potenziamento e/o finanziamento di altre iniziative istituzionali, o in economia, secondo le indicazioni di bilancio.
3. La Giunta comunale annualmente stabilisce le quote di cui al comma precedente.

Articolo 16 - Verifiche e controlli

1. Le “sponsorizzazioni” e/o gli “accordi di collaborazione” sono soggette a vigilanza e verifiche sistematiche da parte dei Responsabili di servizio secondo le rispettive aree di competenza, 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 dal Responsabile allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione.

Art. 17 – Rinvio

1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge vigenti nella materia oggetto del contratto di sponsorizzazione riferita ai diversi settori d'intervento nonché la normativa del codice civile in quanto compatibile.

Art. 18 – Disposizioni finali

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti di natura regolamentare che risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.
2. Il presente regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della deliberazione consiliare di approvazione a sensi dell'art. 74, comma 3, dello Statuto Comunale.

INDICE

Art. 1 – Finalità	pag. 1
Art. 2 – Contenuto di sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione e relativi destinatari	pag. 1
Art. 3 – Definizioni	pag. 1
Art. 4 – Vincoli	pag. 2
Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	pag. 2
Art. 6 – Iniziativa diretta o di terzi	pag. 2
Art. 7 – Procedure di iniziativa dell'Amministrazione comunale per la stipula di contratti di sponsorizzazioni e/o collaborazioni	pag. 2
Art. 8 – Iniziativa da parte di un "promotore" per la stipula di un contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione	pag. 3
Art. 9 – Contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione	pag. 4
Art. 10 – Contratto di sponsorizzazione con realizzazione di lavori pubblici	pag. 4
Art. 11 – Il negozio senza prestazioni corrispettive	pag. 5
Art. 12 – Diritto di rifiuto della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione	pag. 5
Art. 13 – Trattamento dei dati personali	pag. 5
Art. 14 – Aspetti contabili e fiscali	pag. 5
Art. 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni e/o collaborazioni	pag. 6
Art. 16 – Verifiche e controlli	pag. 6
Art. 17 – Rinvio	pag. 6
Art. 18 – Disposizioni finali	pag. 6