

COMUNE DI SERDIANA

PROVINCIA DI CAGLIARI

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA
GESTIONE DEI CONTRATTI DI
SPONSORIZZAZIONE

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Articolo 1 Finalità

Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi, in favore di iniziative promosse, organizzate e/o gestite dal Comune di Serdiana.

Il presente Regolamento viene redatto in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della L. 449/97 e nell'art. 119 del D. Lgs. n. 267/0000 che recepisce le disposizioni di cui all'art. 43 sopracitato.

Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate a incentivare e promuovere lo sviluppo dell'innovazione nell'organizzazione amministrativa e la realizzazione di economie di bilancio, nonché una migliore qualità dei servizi offerti.

Articolo 2 Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- a) **Per “contratto di sponsorizzazione”**: il contratto mediante il quale il Comune si obbliga a fornire , nell'ambito di propri progetti o iniziative, prestazioni accessorie di diffusione del messaggio pubblicitario o del marchio di un terzo (sponsor) in appositi definiti spazi, il quale, a sua volta, si obbliga ad una controprestazione in beni, servizi, danaro o altra utilità nella previsione di conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine.
- a) **per “sponsor”** : il soggetto (persona fisica o giuridica o associazione) che intende stipulare con l'Amministrazione un contratto di sponsorizzazione;
- b) **per sponsee** : il Comune che stipula con un terzo il contratto di sponsorizzazione (in questo caso il Comune di Serdiana);
- c) **per “spazio pubblicitario”**: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor:

Ai fini del presente Regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta, a titolo di liberalità, a favore dell'Amministrazione , di somme di danaro, di beni o di servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative e rassegne o dell'allestimento di spazi espositivi.

Articolo 3

Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati che non svolgano un'attività in conflitto con l'interesse pubblico e con le finalità e competenze proprie del Comune di Serdiana.

Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un introito o di una economia di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa.

Articolo 4

Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni

I contratti di sponsorizzazione possono interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività dell'Amministrazione, inclusi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare, le manifestazioni sportive e le attività di promozione turistica, gestite o organizzate dal Comune.

Possono inoltre riguardare, a titolo esemplificativo:

- a) attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali e ambientali;
- b) attività di valorizzazione del patrimonio comunale.
- c) esecuzione di scavi archeologici;
- d) attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- e) attività inerenti il servizio di verde pubblico e di arredo urbano;

I contratti di sponsorizzazione potranno anche riguardare appalti relativi alla progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere e lavori pubblici, in relazione ai quali si rinvia alle specifiche disposizioni applicabili, contenute nel D.Lgs. 163/2006.

Articolo 5

Vincoli di carattere generale

Tutte le iniziative di sponsorizzazione:

1. sono dirette al perseguimento di interessi pubblici
2. devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
3. devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Serdiana;
4. devono produrre risparmi di spesa;

Articolo 6

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Ai contratti di sponsorizzazione si applicano le disposizioni del Codice dei contratti come previsto dall'art. 26 del D. Lgs. 163/2006 e s.m.i.

La scelta dello sponsor è effettuata mediante espletamento di procedure ad evidenza pubblica, previa pubblicazione di apposito avviso sul Sito internet del Comune e all'Albo pretorio on-line ed, eventualmente, con altre forme di pubblicità che non comportino costi per l'Ente, ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

L'avviso di gara deve contenere, in particolare i seguenti dati:

1. l'oggetto della sponsorizzazione (l'iniziativa, il progetto o la descrizione dettagliata completa della quantificazione economica, l'evento, il servizio, l'opera o l'attività del Comune oggetto della sponsorizzazione) e i conseguenti obblighi delle parti, secondo i contenuti dello specifico bando di sponsorizzazione;
2. le modalità e gli spazi pubblicitari per la veicolazione del messaggio pubblicitario dello sponsor e del proprio marchio.
3. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

L'offerta di sponsorizzazione deve in ogni caso essere presentata in forma scritta ed indicare il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare nonché l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso di gara nonché in quelle previste dal progetto di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui all'art. 38 del codice dei contratti 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 (solo per le imprese);
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se ditte individuali)
- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) per le persone giuridiche le autocertificazioni sopra elencate sono riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, i quali devono presentare idonea certificazione attestante la propria carica sociale a norma del DPR 445/2000. Deve comunque essere sempre attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

L'offerta deve inoltre contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

L'offerta di sponsorizzazione è valutata dal Responsabile del servizio che realizza l'iniziativa oggetto della sponsorizzazione interessata, nonché da una eventuale Commissione di valutazione nel rispetto dei criteri definiti nel bando.

Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

Per le iniziative di importo inferiore a € 10.000. si può procedere all'affidamento mediante trattativa privata.

Articolo 7 **Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

Le iniziative di sponsorizzazione di norma vengono individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Responsabili dei servizi. In alternativa o in aggiunta nel corso dell'anno, la Giunta municipale può formulare indirizzi per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.

Articolo 8 **Contratto di sponsorizzazione**

La gestione delle sponsorizzazioni viene regolata mediante stipula di apposito contratto di sponsorizzazione sottoscritto nella forma della scrittura privata dallo Sponsor e dal Responsabile del servizio interessato e nel quale sono in particolare stabiliti:

- a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
- d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
- f) Le eventuali clausole di esclusiva.

Articolo 9 **Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

Sono considerati risparmi di spesa:

- a) le somme previste in bilancio e non utilizzate a motivo dell'intervento dello sponsor, nei limiti del valore economico della sponsorizzazione;
- b) le sponsorizzazioni in denaro a fronte della concessione di spazi pubblicitarie all'interno di proprie iniziative o manifestazioni.

I risparmi di spesa di cui al c. 1 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 10% degli importi relativi ai contratti di sponsorizzazione, derivanti da specifici progetti promossi dalla partecipazione di personale comunale, sono destinate all'integrazione degli istituti di incentivazione previsti all'art. 15 c. 1 lett. d) del CCNL del 1.4.1999 del comparto EE.LI. , come sostituito dall'art. 4 c. 4, del CCNL del 5.10.2001 salvo il rispetto del limite di cui all'art. 9, comma 2 bis del decreto-legge 31 maggio 2010, n. 78 convertito, con modificazioni, in legge 30 luglio 2010, n. 122
- b) nella misura del 90% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

Articolo 10

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine e alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale;

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici e materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi contrari ai principi costituzionali, non rispettosi della dignità delle persone, o messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Articolo 11

Aspetti fiscali

Ai contratti di sponsorizzazione si applicano le disposizioni normative vigenti in materia fiscale alle quali si rinvia.

Il valore della fatturazione corrisponde al valore della sponsorizzazione intesa come valore delle prestazioni in termini di prestazioni in denaro, di esecuzione di lavori o di fornitura di beni o servizi.

Articolo 12

Trattamento dei dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste dagli addetti agli Uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento

Articolo 13

Verifiche e controlli

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.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor per gli opportuni correttivi

Articolo 14
Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario

Articolo 15
Pagamento del corrispettivo

Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura del 40% al momento della sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria comunale e, nella misura del restante 60% a conclusione dell'evento.

Articolo 16
Normativa di rinvio

Per quanto non espressamente previsto dalle norme contenute nel presente Regolamento, si fa rinvio alle disposizioni normative vigenti.