

## REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI

1

### INDICE

Articolo 1 – Norme generali di riferimento

Articolo 2 - Oggetto e finalità

Articolo 3 – Ambito d'applicazione

Articolo 4 - Definizioni

Articolo 5 – Contenuto

Articolo 6 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

Articolo 7 - Vincoli

Articolo 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Articolo 9 – Sistema di scelta dello sponsor

Articolo 10 – Determinazione a contrattare e contenuti

Articolo 11 - Contratto di sponsorizzazione

Articolo 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Articolo 13 – Affidamento del contratto

Articolo 14 – Procedura per affidamento di incarico di ricerca di sponsor

Articolo 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

Articolo 16 – Aspetti contabili e fiscali

Articolo 17 – Verifiche e controlli

Articolo 18 – Rinvio

Articolo 19 – Disposizioni finali ed entrata in vigore

### **Articolo 1 – Norme generali di riferimento.**

1. Il presente regolamento disciplina le sponsorizzazioni che il Comune intenda attivare sulla base delle seguenti norme generali, in attuazione dell'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 e s.m.i., dell'art. 119 del D. Lgs. 267/2000 e s.m.i. e dell'art. 26 del D. Lgs. 163/2006 e s.m.i.

### **Articolo 2 – Oggetto e finalità**

1. Le iniziative di sponsorizzazione incentivano e promuovono l'innovazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, realizzando economie di spesa ed una migliore qualità nei servizi erogati alla collettività.
2. Il presente regolamento ha lo scopo di disciplinare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità, sanciti dall'art. 26 del D. Lgs. 163/2006.
3. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative, nella materia disciplinata dal presente regolamento, si svolgono nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla legge 7 agosto 1990 n. 241 e s.m.i. e, per quanto in essa non espressamente previsto dal presente regolamento, nel rispetto delle disposizioni del codice civile.

### **Articolo 3 – Ambito d'applicazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati ( società di capitali, imprese individuali, etc.) ed associazioni senza fini di lucro e pubblici, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi.

### **Articolo 4 – Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) Per “**contratto di sponsorizzazione**”: un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l'Amministrazione Comunale (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore dell'Amministrazione comunale;
  - b) Per “**sponsorizzazione**”: ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
  - c) Per “**accordo di collaborazione**” uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale, mediante il quale vengono regolate le forme o le modalità di coinvolgimento delle parti nella ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
  - d) Per “**soggetto promotore**” la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Sauze d'Oulx;
  - e) Per “**sponsor**”: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, singolarmente o associate tra di loro, che intenda/no stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Sauze d'Oulx;
  - f) Per “**sponsee**” si intende il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello sponsor.
2. 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.
3. L'affidamento delle attività individuate come corrispettivo delle prestazioni rese dall'Amministrazione comunale in qualità di sponsee avviene con procedura prevista dai successivi articoli del presente regolamento.

### **Articolo 5 – Contenuto**

1. Il presente Regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge, disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell'Amministrazione comunale alla sponsorizzazione, come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.
2. L'Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione per ottenere:
  - miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, della qualità dei servizi erogati;
  - il supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture;
  - il sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative nonché per ottimizzare la spesa.
3. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate, in particolare, al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché alla realizzazione di progetti culturali e sportivi e all'erogazione di servizi a carattere innovativo – sperimentale.
4. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell'Ente, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

### **Articolo 6 – Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale.**

1. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto il restauro di beni architettonici e monumentali, recupero di opere d'arte e/o archivi storici.

2. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti.

#### **Articolo 7 – Vincoli**

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione, sanciti dall'art. 43 della legge 449/1997:
  - Devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici
  - Devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
  - Devono essere compatibili alla natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità del medesimo;
  - Devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrate

#### **Articolo 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. La Giunta Comunale formula in corso d'anno indirizzi specifici ai Responsabili dei servizi per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
2. Il Responsabile elabora i programmi ed i progetti per i quali si può fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nonché la loro necessaria quantificazione economico – finanziaria.
3. Per ampliare le potenzialità della sponsorizzazione, l'Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati.
4. L'Amministrazione definisce di regola il valore di riferimento delle sponsorizzazioni che intende attivare, in considerazione delle caratteristiche e delle potenzialità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento

#### **Articolo 9 - La scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor avviene sulla base del valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti procedure:
  1. Contratti di importo pari o inferiore ad € 40.000,00, con affidamento diretto ad un soggetto. Il dirigente potrà di volta in volta valutare l'opportunità di procedere ad una indagine di mercato. Per indagine di mercato si intende l'analisi comparativa dei prezzi offerti sul mercato, detta indagine non costituisce in nessun modo vincolo per il Comune;
  2. Contratti di importo superiore ad € 40.000,00 e sino alla soglia comunitaria con procedura negoziata con bando ai sensi del D. Lgs. 163/2006;
  3. Contratti di importo pari o superiore alla soglia comunitaria con procedura aperta ai sensi del D. Lgs. 163/2006.
  4. La pubblicità ove prevista è effettuata sul sito istituzionale del Comune di Sauze d'Oulx.
  5. L'amministrazione comunale può prevedere altre forme di pubblicità in considerazione della specificità del singolo caso di sponsorizzazione.
  6. Nell'ambito della scelta del contraente l'Amministrazione Comunale riconosce la possibilità che la sponsorizzazione avvenga per iniziativa di terzi. In questo caso il riconoscimento della utilità e della accettazione della proposta avviene con direttiva della Giunta Comunale alla quale seguirà, eventualmente l'inserimento nel piano esecutivo di gestione. Con la citata direttiva la Giunta Comunale dà mandato al Responsabile di formalizzare la proposta ricevuta ove ciò non sia incompatibile con norme imperative di legge.

#### **Articolo 10 - Determinazione a contrattare e contenuti**

1. Il dirigente, in relazione a singoli progetti, avvia il procedimento con l'adozione di una determinazione a contrattare ai sensi dell'art. 192 del D. Lgs. 267/2000 che contiene tra l'altro, oltre a quanto previsto nel citato articolo, un avviso con i quali si invitano i soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.

2. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti elementi:
  - a. l'oggetto del contratto secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
  - b. le modalità ed i termini di presentazione delle offerte
  - c. i requisiti di partecipazione
  - d. le modalità ed i criteri di valutazione delle offerte,
  - e. le modalità di stipula del contratto;
  - f. la durata ed il valore del contratto;
  - g. il valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;
  - h. lo schema di contratto.

### **Articolo 11 – Contratto di sponsorizzazione**

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) L'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata;
  - b) Il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione;
  - c) L'importo della sponsorizzazione;
  - d) Le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le garanzie richieste e le responsabilità;
  - e) Gli obblighi dello sponsor e dello sponsee e la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento
  - f) La disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
  - g) Le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.
  - h) il divieto di cessione contrattuale.

### **Articolo 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

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) Ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - c) La reputi inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:
  - a) Propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) Promozione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo;
  - d) Il mancato rispetto delle pari opportunità tra i generi e/o tra le diverse etnie;
3. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo.
4. L'amministrazione Comunale, con deliberazione di Giunta, adeguatamente motivata, può rifiutare sponsorizzazioni, che pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano in contrasto con le proprie finalità.

### **Articolo 13 – Affidamento del contratto**

1. La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal Responsabile sulla base delle risultanze, qualora effettuate, nel confronto concorrenziale.
2. Il Comune resta obbligato solo a seguito della sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione e, comunque, solo dopo la verifica del possesso da parte dell'aggiudicatario dei requisiti previsti per contrattare con l'ente.

### **Articolo 14 – Procedura per affidamento di incarico di ricerca di sponsor**

1. Il Comune può, qualora non si possa far fronte con personale in servizio e, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, procedere mediante affidamento

- di incarico, per il reperimento di sponsorizzazioni, ad agenzie nel campo pubblicitario o ad altro soggetto pubblico e/o privato specializzato.
2. In tale eventualità l'affidatario è scelto con le procedure previste dal Codice contratti e dalle norme regolamentari.

#### **Articolo 15 – Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti**

1. La destinazione degli eventuali risparmi di spesa e degli introiti derivanti dalla conclusione dei contratti di cui al presente regolamento, sulla base delle norme della contrattazione collettiva nazionale e compatibilmente con le disposizioni in materia di contenimento della spesa pubblica, sono definiti nell'ambito della contrattazione decentrata.

#### **Articolo 16 – Aspetti contabili e fiscali**

1. Il valore della fatturazione per la "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 della spesa prevista con la sponsorizzazione.
2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e successive modifiche ed integrazioni, nonché dei regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle entrate in materia.
3. La disciplina sull'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni e servizi. In questo caso la fattura che lo sponsee emette deve essere rapportata al valore commerciale o ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi.
4. Sia l'ente pubblico che lo sponsor devono emettere fattura, indicando il valore dell'intervento o della prestazione o della fornitura e ad assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.

#### **Articolo 17 – Verifiche e controlli**

Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Responsabile del procedimento, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni contenute nel contratto.

#### **Articolo 18 – Rinvio**

Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamenti vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.

#### **Articolo 19 – Disposizioni finali ed entrata in vigore**

Il presente regolamento, dopo l'intervenuta esecutività della deliberazione di adozione entrerà in vigore dopo la regolare ripubblicazione all'albo pretorio comunale.