



COMUNE DI
PIETRAMONTECORVINO

PROVINCIA DI FOGGIA

REGOLAMENTO COMUNALE
Per La Disciplina e Gestione
Delle SPONSORIZZAZIONI

Approvato con delibera del Consiglio Comunale n. 11 del 09/04/2010

COMUNE DI
PIETRAMONTECORVINO

71038 PROVINCIA DI FOGGIA

∞ ∞ ∞ ∞ ∞

REGOLAMENTO COMUNALE
Per la disciplina e gestione delle
SPONSORIZZAZIONI

INDICE

- Articolo 1 - Definizioni
- Articolo 2 - Oggetto e finalità
- Articolo 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Articolo 4 - Le sponsorizzazioni
- Articolo 5 - Corrispettivo della sponsorizzazione
- Articolo 6 - La scelta dello sponsor
- Articolo 7 - Procedura per le sponsorizzazioni oltre la soglia comunitaria
- Articolo 8 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale
- Articolo 9 - Sponsor accreditati
- Articolo 10 - Contratto di sponsorizzazione
- Articolo 11 - Verifiche e controlli
- Articolo 12 - Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche
- Articolo 13 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Articolo 14 - Trattamento dei dati personali
- Articolo 15 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni
- Articolo 16 - Aspetti fiscali
- Articolo 17 - Riserva organizzativa
- Articolo 18 – Controversie
- Articolo 19 – Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti
- Articolo 20 – Norme di rinvio

Articolo 1 – 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 “**soggetto promotore**” la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Pietramontecorvino;
- d) 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 Pietramontecorvino;
- e) Per “**sponsee**” si intende il Comune di Pietramontecorvino;
- f) Per “**spazio pubblicitario**”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune di Pietramontecorvino per le attività promozionali e pubblicitarie dello sponsor.

3. 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.

4. L’affidamento delle attività individuate come corrispettivo delle prestazioni rese dall’Amministrazione comunale in qualità di sponsee avviene con procedura ad evidenza pubblica, secondo quanto previsto dai successivi articoli del presente regolamento.

Articolo 2 - Oggetto e Finalità

1. Il presente Regolamento, in attuazione delle disposizioni contenute nell’art. 43 della legge 449/1997, dell’art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell’art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell’1.4.1999, come sostituito dall’art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 ed art. 26 del D. Lgs11/04/2006, n. 163, disciplina le attività di sponsorizzazione, 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 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 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Per ampliare le potenzialità della sponsorizzazione, l'Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati. In particolare le iniziative o gli interventi devono essere:

- a) inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale. In questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di minor spesa di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;
- b) inserite in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è vincolata all'attivazione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lett. a);
- c) conseguenti a proposte definite in corso d'anno dalla Giunta Comunale, anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.

2. 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 4 - Le sponsorizzazioni

1. La sponsorizzazione si deve concretizzare in una minore spesa o una maggiore entrata o nella realizzazione anche parziale di uno degli interventi previsti nel piano pluriennale delle opere pubbliche, ovvero negli atti dell'Amministrazione comunale.

2. La sponsorizzazione è ammessa a condizione che siano perseguiti interessi pubblici e previa redazione di un piano finanziario che dimostri la convenienza per la Pubblica Amministrazione.

Articolo 5 – Corrispettivo della sponsorizzazione

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:

- a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure; al pagamento degli esecutori potrà provvedere anche direttamente lo sponsor";
- b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor: gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche.

Art. 6 - La scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor avviene sulla base del valore economico della sponsorizzazione, secondo le procedure stabilite in tema di contratti pubblici dal D. Lgs n. 163/2006 e s. m. e i..

Articolo 7 - Procedure per sponsorizzazione oltre la soglia comunitaria

1. Per le sponsorizzazioni oltre la soglia comunitaria, IVA esclusa, la scelta dello sponsor deve avvenire con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa nel rispetto delle modalità previste dall'art. 26 del D. Lgs 163/2006 e successive modifiche.

2. I soggetti presentano le proprie offerte nel rispetto delle modalità e dei termini fissati dal bando di gara.

3. Il bando di gara stabilisce i criteri di valutazione e precisa il valore numerico attribuito a ciascuno di essi.

4. La valutazione è demandata ad una commissione giudicatrice composta di tre membri nominata con propria determinazione dal dirigente competente.

Articolo 8 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Per i contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della competente Soprintendenza, si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come elencati al precedente art. 6, nonché le disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà risultare qualificato ai sensi della normativa vigente in materia di lavori pubblici, relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora l'impresa costruttrice o le imprese ad essa collegate o controllate rivestano la qualità di sponsor dell'amministrazione attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in alcun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
4. L'Amministrazione impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. 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, anche al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 9 - Sponsor accreditati

1. L'Amministrazione Comunale ha facoltà di selezionare, con procedura aperta, candidati a cui proporre, per un arco temporale non superiore ad un triennio, le occasioni di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate, anche costituendo un apposito albo unico per tutta l'Amministrazione.
2. Le singole sponsorizzazioni vengono prioritariamente proposte ai soggetti selezionati a seguito di confronto competitivo fra gli stessi.

Arti. 10 - 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.

Art. 11 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte dell'Ufficio Tecnico comunale, di concerto con altri Uffici comunali interessati, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti quantitativi, qualitativi e finanziari.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale contestazione delle inadempienze producono gli effetti previsti dal contratto.

Art. 12 - Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. I contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
3. Nel contratto di cui al precedente comma due, devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Comunale intende inserire.
4. E' di competenza dell'Amministrazione Comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo nonché i collaudi ivi compresi quelli in corso d'opera.
5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 13 - 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 esclusi i soggetti che nelle proprie attività siano stati condannati, con sentenza passata in giudicato, per violazione di uno dei seguenti principi:
 - a) Diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - b) Diritti dei lavoratori;
 - c) Obblighi riguardanti la tutela dei consumatori e la protezione dell'ambiente.
4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo.
5. 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.

Art. 14 - 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.

Art. 15 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura del 30%, al momento della sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale e, nella misura del restante 70% a conclusione dell'evento.
2. A garanzia di detto importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo Sponsor deve costituire, su richiesta dall'Amministrazione Comunale, prima della sottoscrizione del contratto, apposita garanzia a favore del Comune di Pietramontecorvino.
3. Nell'ipotesi prevista dal precedente articolo 5 comma 1 lett. b), lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore ovvero a realizzare l'opera, previo nulla osta dell'Amministrazione Comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.
4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, *ipso iure*, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione Comunale sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 16 - Aspetti 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.

Art. 17 Riserve organizzative

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E', tuttavia, facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 18 - Controversie

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è devoluta al foro di Lucera, con esclusione del deferimento ad arbitri.

Art. 19 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

1. La Giunta definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa ovvero delle maggiori entrate, al netto dell'Iva, assicurando, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica ed in particolare della spesa del personale, la destinazione di una quota alla contrattazione decentrata.

Art. 20 Norme di rinvio

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento si applica la normativa vigente.