

Città di Calolziocorte

Provincia di Lecco



REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 9 del 10.03.2004
Modificato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 10 del 16.02.2005

COMUNE DI CALOLZIOCORTE
Provincia di Lecco

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

ART. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000 e delle vigenti disposizioni dei CC.CC.NN.LL.
2. Le iniziative di sponsorizzazione favoriscono l'innovazione della organizzazione e la realizzazione di maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi, creano un sistema di relazioni con il settore privato e il settore delle organizzazioni senza scopi di lucro e infine accrescono la propria immagine.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e con associazioni senza fini di lucro, purchè in possesso dei requisiti di legge per stipulare contratti con la Pubblica Amministrazione, per ricevere contributi economici o per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, prestazioni di servizi, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, o parte di essa, la possibilità di pubblicizzare in appositi e predefiniti spazi pubblicitari la propria ragione sociale, logo, marchio o prodotti;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro, beni, prestazioni di servizi, opere o attività provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, logo, marchio o prodotti;
 - c) per "sponsor": il soggetto che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante gara ufficiosa preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato;
- b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende pubblicizzare;
- b) il corrispettivo della sponsorizzazione
- c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, 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 o fallimentari;
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - eventuale nome del rappresentante legale o del soggetto munito del potere di rappresentanza;
 - l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Funzionario responsabile del servizio che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Funzionario del precedente comma; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.
9. Qualora un soggetto offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti, al fine di rendere un servizio alla cittadinanza **e non vi siano offerte concorrenti** oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito dell'avviso pubblico, previa istruttoria degli effetti benefici, la Giunta Comunale può autorizzare la redazione del contratto di sponsorizzazione.
10. Ove non espressamente vietato dalla legge, la clausola sponsor può essere inserita in qualunque procedimento di gara, purchè sia rispettata la par condicio di tutti i concorrenti e purchè la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione non divenga criterio preponderante.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono individuate dalla Giunta Comunale con l'approvazione del piano esecutivo di gestione. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al funzionario per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.
3. Sono escluse in particolare le sponsorizzazioni riguardanti:
- propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;

- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio e minaccia;
 - contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti;
 - messaggi pubblicitari che creano pregiudizio o danno all'immagine o alle iniziative del Comune;
 - pubblicità di ragione sociale, logo, marchio o prodotti per le quali il Consiglio Comunale ha deliberato l'esclusione, motivata dalla violazione dei diritti dell'uomo, degli animali o dell'ambiente.
4. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.

Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor
 - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
2. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione, se previsto in denaro, per i contratti aventi durata non superiore ad un anno, è effettuato prima della firma del contratto, mentre per i contratti di durata pluriennale il pagamento è effettuato annualmente in forma anticipata.
3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo, se dovuto, o la corretta erogazione di quanto pattuito sono causa di decadenza dell'affidamento e lo sponsor è tenuto alla rimozione del messaggio pubblicitario, con oneri a proprio carico.
4. Al termine del contratto, lo sponsor è tenuto, con oneri a proprio carico, alla rimozione del messaggio pubblicitario.

Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa, mentre gli introiti sono considerati entrate specifiche.
2. Le somme introitate o i risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) nella misura e con le modalità previste dal contratto decentrato aziendale, sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, secondo la disciplina di cui ai CC.CC.NN.LL.;
 - b) la parte residuale è destinata al pagamento delle spese del Comune.

Art. 8 - 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, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 9 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Funzionario comunale competente, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici, che per i contenuti quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 10 – Forma di gestione

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento o, a seguito di apposito provvedimento della Giunta Comunale, mediante concessione a terzi.