

Allegato alla deliberazione di C.C.

N. 38 del 26 NOV. 2014



Dott. Angelo *Montolo*
Segretario Generale



Città di Cardano al Campo

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. 38 del 26.11.2014.

INDICE

- Articolo 1 – Oggetto
- Articolo 2 – Finalità
- Articolo 3 – Definizioni
- Articolo 4 – Finalità dei contratti
- Articolo 5 – Presupposti e oggetto dei contratti
- Articolo 6 – Modalità di scelta del contraente
- Articolo 7 – Stipulazione del contratto
- Articolo 8 – Diritto di rifiuto
- Articolo 9 – Aspetti fiscali
- Articolo 10 – Verifiche e controlli
- Articolo 11 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti
- Articolo 12 - Rinvio
- Articolo 13 - Disposizioni finali

ART. 1 - Oggetto

Il presente regolamento disciplina le sponsorizzazioni che il Comune di Cardano al Campo intende attivare sulla base delle seguenti norme generali, in attuazione dell'art. 43 della Legge 27.12.1997, n. 449 e s.m.i., dell'articolo 119 del Decreto Legislativo 18.8.2000, n. 267 e s.m.i e dell'art. 26 del D.Lgs. 12.4.2006, n. 163 e s.m.i.

Non sono ricomprese nel presente regolamento le erogazioni liberali.

ART. 2 – Finalità

1. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle sponsorizzazioni, al fine di assicurare l'accertamento dei requisiti di legittimità ai sensi della normativa vigente ed il rispetto dei principi di efficienza, trasparenza, buon andamento ed imparzialità che regolano l'operato della pubblica amministrazione.

ART. 3 – Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:

- per **“contratto di sponsorizzazione”**: un contratto mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro od a fornire beni, prestare servizi od a eseguire lavori a favore di un terzo (*sponsee*), che, a sua volta, si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative destinate al pubblico, a diffondere il nome dello sponsor tramite prestazioni accessorie di veicolazione del marchio, del logo e di altri messaggi a favore dello sponsor stesso;
- per **“sponsor”**: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti od altra utilità ad altro soggetto (*sponsee*), veicolatore, a fini pubblicitari, del segno distintivo dello sponsor;
- per **“sponsee”**: il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor secondo le modalità del relativo contratto;

Art. 4 – Finalità dei contratti

1. La stipulazione dei contratti oggetto del presente Regolamento deve essere finalizzata esclusivamente a:

- a. favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa;
- b. assicurare una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati
- c. realizzare maggiori economie;

2. In particolare, i predetti contratti sono diretti a:

- a. recuperare risorse per l'Ente che consentano indirettamente di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e dell'attività del medesimo;
- b. migliorare gli standard di qualità e l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni ed attrezzature all'amministrazione comunale;
- c. supportare progetti innovativi e processi informativi/formativi qualificati promossi dall'Amministrazione comunale.

ART. 5 – Presupposti e oggetto dei contratti

1. L'utilizzazione delle forme contrattuali di cui trattasi è ammessa ove sussistano contemporaneamente le seguenti condizioni:
 - a. il perseguimento di interessi pubblici;
 - b. l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
 - c. il conseguimento di risparmi di spesa;
 - d. il rispetto delle prescrizioni di legge o di regolamenti.

2. Le stesse possono essere utilizzare per la realizzazione di iniziative in ambito culturale, sociale e sportivo, di attività di promozione del territorio, di valorizzazione del patrimonio comunale, dell'innovazione tecnologica e della formazione.

3. Il contratto di sponsorizzazione può essere concluso per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.

5. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale o che esercitino attività in conflitto di interesse con attività pubbliche.

6. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione e/o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico od a sfondo sessuale e del gioco d'azzardo;
 - c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.;

ART. 6 - Modalità di scelta del contraente

1. La stipulazione delle soprarichiamate tipologie contrattuali può essere attivata:
 - a. su iniziativa dell'Amministrazione Comunale;
 - b. su iniziativa di soggetti privati.

2. Nell'ipotesi di cui al precedente comma 1 lettera b), il Responsabile della struttura organizzativa competente può procedere, a seguito di trattativa privata con il soggetto proponente, alla stipulazione del contratto di sponsorizzazione, nel rispetto delle condizioni di cui al precedente art. 5 previa deliberazione di Giunta.

3. Nell'ipotesi, invece, di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, il procedimento di scelta del contraente deve svolgersi nell'osservanza dei principi dell'evidenza pubblica. In particolare deve essere rispettata la seguente procedura:
 - a. il Dirigente responsabile della struttura organizzativa dell'Ente interessata alla sottoscrizione di contratti di sponsorizzazione predispone ed approva, con propria determinazione, un apposito avviso, al quale deve dare preventiva ed ampia pubblicità mediante la pubblicazione dello stesso all'Albo Pretorio, sul sito internet e/o con altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per garantire maggior conoscenza e partecipazione;

- b. Tale avviso deve contenere almeno i seguenti elementi:
- la descrizione delle attività/servizi/beni o interventi che s'intendono realizzare/acquisire tramite i predetti contratti;
 - gli obblighi a carico dello *sponsor*;
 - le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico dello *sponsor* per la pubblicizzazione di segni distintivi dello sponsor;
 - le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta proposta;
 - i criteri di valutazione delle offerte presentate (ad esempio: componenti economiche della proposta, qualità tecnica ed estetica del prodotto finito, modalità di gestione dell'intervento, mezzi economici, umani e strumentali a disposizione);
- c. l'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indicare:
- il bene, il servizio, l'attività o l'opera che si intende sponsorizzare o alla cui realizzazione si intende collaborare, oppure l'indicazione della somma offerta;
 - l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso;
- d. per ogni iniziativa può essere prevista la sottoscrizione di più contratti di sponsorizzazione;
- e. la valutazione delle offerte presentate nei termini e nei modi indicati nell'avviso è effettuata dal Responsabile della struttura competente nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso medesimo.

ART. 7 - Stipulazione del contratto

1. Il Responsabile di settore formalizza con propria determinazione la scelta del contraente e stipula con lo stesso un atto di natura contrattuale in forma scritta, nel quale sono specificati gli obblighi ed i diritti delle parti.

2. Il contratto deve prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'amministrazione.

3. In particolare il contratto deve contenere:

- denominazione del contraente;
- oggetto e finalità;
- gli obblighi assunti rispettivamente dall'Ente e dal soggetto contraente, nonché le relative sanzioni in caso di eventuale inadempimento (clausola di tutela);
- il diritto del contraente all'utilizzazione degli spazi e degli altri strumenti di veicolazione concessi dall'Ente, nonché le modalità ed i limiti di esercizio dello stesso;
- la durata del contratto, nonché l'eventuale possibilità di proroga o rinnovo dello stesso;
- la determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione;
- le eventuali garanzie richieste;
- le verifiche contrattuali e le relative responsabilità;
- la facoltà dell'ente di recedere unilateralmente per sopravvenuti motivi di interesse pubblico ai sensi dell'art. 11 della L. n. 241/1990, e ss.mm.ii.;
- le disposizioni in materia di eventuali controversie e delle spese contrattuali.

4. La stipulazione del contratto sostituisce qualunque atto, concessione, comunicazione, autorizzazione o nulla osta di competenza del Comune, richiesti per l'installazione su suolo pubblico di cartelli pubblicitari e per la diffusione delle comunicazioni da pubblicizzare.

ART. 8 – Diritto di rifiuto

1. L'Amministrazione Comunale si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione qualora ritenga che non sussistano le condizioni di cui ai precedenti articoli.

2. L'Amministrazione si riserva altresì di rifiutare, a suo insindacabile giudizio, qualsiasi sponsorizzazione qualora ritenga:

- che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- reputi inaccettabile la proposta per motivi di inopportunità generale.

ART. 9 - Aspetti fiscali

1. Le prestazioni oggetto dei contratti di sponsorizzazione disciplinate dal presente regolamento sono assoggettate alle vigenti disposizioni in materia fiscale, alla cui applicazione si fa rinvio.

2. Trovano, altresì, applicazione le norme sui tributi locali, alla cui applicazione il presente Regolamento fa rinvio, salvo motivata deroga in relazione alla natura della prestazione resa a favore del Comune e del concreto vantaggio per l'Amministrazione comunale stessa, nell'ambito della definizione delle intese con lo sponsor per quanto concerne il canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche e l'imposta di pubblicità.

ART. 10 - Verifiche e controlli

1. La struttura comunale competente per materia accerta la correttezza degli adempimenti convenuti, e dei relativi contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate alla controparte. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nei relativi contratti.

ART. 11 - 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.

ART. 12 - Rinvio

1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti.

ART. 13 - Disposizioni finali entrata in vigore

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che comunque risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.