



REGOLAMENTO PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Art. 1 - Premesse

1. Il presente REGOLAMENTO è uno strumento per l'implementazione, la gestione, l'ottimizzazione della raccolta di Sponsorizzazioni e definisce l'organizzazione e la modalità di lavoro dell'Amministrazione nella ricerca di forme di collaborazione tra pubblico e privato. Le sponsorizzazioni devono supportare l'innovazione della Pubblica Amministrazione migliorando la **qualità dei Servizi**.

2. La presente disciplina organizza le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000.

3. La sponsorizzazione non deve essere vissuta come l'espletamento di un'attività finalizzata al solo reperimento di risorse economiche e/o tecniche atte alla realizzazione di un progetto, ma come strumento volto a costruire una nuova convivenza urbana basata **sull'alleanza tra Comune, Cittadinanza e Imprese**, con gli obiettivi di comprendere, individuare e realizzare aspettative comuni.

Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "Contratto di sponsorizzazione" un contratto mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a fornire senza alcun onere per l'Ente una determinata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "Sponsorizzazione" ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
- c) per "Sponsor" la persona fisica o giuridica che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) per "Sponsee": il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello Sponsor in modi diversi da contratto;
- e) 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. 3 - Contenuti delle Sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti sia privati, sia pubblici, di qualsiasi forma e natura giuridica, per realizzare o acquisire, senza alcun onere per l'Ente, interventi, servizi, prestazioni, 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.

2. Qualora un soggetto terzo offra spontaneamente contributi di beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti (c.d. contribuzione volontaria) al fine di rendere un servizio di pubblica utilità, ovvero in casi di comprovata urgenza oppure in mancanza di offerte a seguito del bando/avviso pubblico, il responsabile del servizio competente, può stipulare il contratto di sponsorizzazione:

- previa valutazione favorevole da parte della Giunta Comunale;
- previa valutazione degli effetti e dei benefici dell'iniziativa;
- previa verifica del possesso dei requisiti di cui all'art 6 comma 4 del presente regolamento.

3. L'amministrazione può stipulare tre diversi tipi di contratti di sponsorizzazione :

- a) sponsorizzazione "**tecnica**", consistente in una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento a cura e a spese dello sponsor



delle prestazioni richieste (oltre a lavori, le prestazioni rese dallo sponsor potranno consistere anche in servizi e forniture strumentali ai primi - ad es., servizi di installazione e montaggio di attrezzature e impianti, forniture degli arredi da collocare nei locali - o in servizi e forniture autonomi, ad esempio servizi necessari all'organizzazione di mostre all'interno di istituti della cultura pubblici);

b) sponsorizzazione "**pura**", in cui lo sponsor si impegna unicamente a finanziare le obbligazioni di pagamento dei corrispettivi dell'appalto dovuti dall'amministrazione;

c) sponsorizzazione "**mista**" (ossia risultante dalla combinazione delle prime due) in cui lo sponsor può - per esempio - curare direttamente e fornire la sola progettazione, limitandosi ad erogare il finanziamento per le lavorazioni previste.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli Obiettivi assegnati ai Responsabili di Servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici ai responsabili per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente disciplina.

2. Il ricorso alla sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni **previsti a carico del bilancio dell'ente sia nei capitoli di spesa ordinaria che in conto capitale.**

3. L'Amministrazione può autorizzare forme di 'Sponsorizzazione' in conformità a quanto indicato al comma 1, in relazione a:

- attività culturali (come eventi e manifestazioni) di differente tipologia;
- attività di promozione turistica ;
- attività di valorizzazione del patrimonio comunale attraverso manutenzioni straordinarie e opere;
- attività inerenti la manutenzione ordinaria (come, a titolo esemplificativo, la gestione del Verde pubblico) e la fornitura di elementi di arredo urbano;
- attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- attività di promozione di esperienze di cittadinanza Attiva come, a titolo esemplificativo ,QUARTO D'ALTINO SPAZIO COMUNE;
- attività inerenti la Protezione Civile;
- ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.

4. La medesima iniziativa può essere sponsorizzata contemporaneamente da più Sponsor(sponsorizzazione plurima) ovvero secondo rapporti di esclusiva in relazione alla valutazione del responsabile del servizio interessato.

5. I progetti per la ricerca di sponsorizzazioni vengono approvati da una delibera della Giunta comunale che contiene:

- la descrizione dell'iniziativa da sponsorizzare;
- la previsione dell'entrata.

6. Una volta stipulati i necessari contratti di sponsorizzazione, tramite determinazione vengono accertate le entrate e finalizzati i relativi proventi.

Art. 5 - Disposizioni organizzative

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dai Responsabili di servizio secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale **affidare il servizio di reperimento delle sponsorizzazioni a soggetti terzi specializzati nel campo pubblicitario**, conformemente a quanto indicato nel presente Regolamento e avendo cura di riferire dell'attività svolta e relazionando sui contatti ed i rapporti con gli Sponsor.



3. Sponsee e Sponsor definiscono nell'ambito dell'accordo contrattuale modalità e tempistiche della campagna promozionale volta ad assicurare visibilità alle parti. La campagna promozionale può prevedere la realizzazione di manifesti, locandine, tabelloni, dépliant, gadget, inserzioni su carta stampata, spot radio e tv, pagine web e ogni altro strumento utile a valorizzare l'iniziativa. Sponsee e Sponsor si impegnano, altresì, a sottoporre alla reciproca attenzione i materiali promozionali predisposti prima della loro riproduzione.

Art. 6 - Procedura per la ricerca di sponsorizzazioni

1. Il contratto di sponsorizzazione deve essere preceduto da determinazione del responsabile del servizio competente nella quale si evincano l'oggetto del contratto di sponsorizzazione.

2. La ricerca dello Sponsor, al fine di garantire i principi di buon andamento dell'azione amministrativa, di imparzialità e trasparenza, è effettuata mediante AVVISO PUBBLICO. Le modalità di pubblicazione dell'AVVISO vengono definite nella determinazione dal responsabile del servizio e debitamente motivate (ad esempio considerando, a titolo esemplificativo, il valore stimato del contratto...).

L'avviso pubblico dovrà contenere:

- la sommaria descrizione dell'intervento;
- la tipologia di sponsorizzazione richiesta: pura, tecnica o mista;
- il termine per la presentazione delle offerte.

3. L'offerta deve essere presentata in forma scritta.

4. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- 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;

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese).

5. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal servizio che gestisce la manifestazione/il progetto sponsorizzato, che con motivazione scritta le accoglie o le respinge.

Non verranno accettate proposte che, per la natura della sponsorizzazione, contenuti del messaggio pubblicitario o per l'attività dello sponsor:

- siano ritenute incompatibili con il ruolo e l'attività istituzionale;
- siano ritenute in contrasto con gli indirizzi dell'amministrazione;
- possano creare pregiudizio o danno all'immagine e alle iniziative dell'Amministrazione comunale;
- siano ritenute inaccettabili per motivi di pubblico interesse o di ordine pubblico;
- non siano ritenute coerenti con le finalità dell'iniziativa sponsorizzata;
- possano comportare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata oggetto della sponsorizzazione o pubblicità.

6. Nel caso di una pluralità di proposte relative alla stessa attività sponsorizzabile sarà valutata assieme ai proponenti la possibilità di costituire un pool di Sponsor al fine di realizzare un'azione di "sponsorizzazione sinergica". Qualora i proponenti manifestino la volontà di mantenere l'esclusiva sulla sponsorship, l'Amministrazione attiverà una procedura concorrenziale tra gli stessi.

7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo Sponsor e dal responsabile del servizio che gestisce la manifestazione o il progetto sponsorizzato.

8. L'attuazione e il controllo è affidato all'ufficio competente in relazione alla materia oggetto della sponsorizzazione.



9. Ogni persona fisica o giuridica può presentare spontaneamente proposte di sponsorizzazione che l'Amministrazione si riserva di valutare.

10. Gli avvisi relativi alla ricerca di sponsor e gli esiti delle procedure devono essere pubblicati sul sito istituzionale alla SEZIONE AMMINISTRAZIONE TRASPARENTE.

Art. 7 - Contenuto del contratto

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) il valore della sponsorizzazione al netto di IVA;
- d) gli obblighi assunti a carico delle parti;
- e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

2. Ai soggetti individuati come sponsor, il Comune garantisce, in linea generale, e tenendo conto dell'entità della sponsorizzazione:

- l'associazione del logo/marchio/nome dello sponsor a tutti i materiali di comunicazione e promozione della dei progetti/iniziativa/attività (manifesti, opuscoli, ecc.) in qualsiasi modo divulgati;

- la visibilità nella conferenza stampa di presentazione delle attività sponsorizzate;

- la caratterizzazione degli spazi dove si svolgeranno le iniziative sostenute dagli sponsor selezionati in conformità ai vigenti regolamenti dell'Ente.

3. Tutti i materiali di comunicazione dello sponsor sono a spese e cura dello stesso previa approvazione del materiale stesso da parte del Comune.

L'Amministrazione si riserva la possibilità di prevedere forme di gradazione e differenziazione delle controprestazioni comunali basate sull'offerta dei partecipanti.

Art. 8 - Diritto di rifiuto delle prestazioni

1. Oltre al caso in cui si ritenga che possa derivare un conflitto d'interessi fra l'attività pubblica e quella privata, l'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative.

2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni che contengono messaggi di natura politica, sindacale, filosofica, religiosa ovvero messaggi pubblicitari contrari alla legge o al buon costume, nonché messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia.

Art. 9 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo Sponsor a mezzo raccomandata a/r o posta certificata (PEC).

3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali produce la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

Art. 10 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione della presente disciplina saranno trattati esclusivamente per le finalità dalla stessa previste.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dalla legge 196/03.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di QUARTO D'ALTINO.



4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione della presente disciplina.

5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità delle presenti linee guida.

Art. 11 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "Sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma direttamente erogata ovvero corrispondente al valore dei beni e/o servizi forniti dallo Sponsor ovvero 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. La sponsorizzazione è soggetta ad imposizione dell'imposta sul valore aggiunto (IVA) ai sensi del DPR 633/72.

Art. 12 - Norme comuni

1. Per quanto non previsto dalle presenti linee guida, si fa riferimento alle norme vigenti in materia.