

**REGOLAMENTO
COMUNALE
PER LA GESTIONE
DELLE
SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con deliberazione consiliare n. 14 del 20.6.2012

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ARTICOLO 1 OGGETTO E FINALITA'

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. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire il miglioramento della qualità del vivere urbano, la valorizzazione e la tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché la realizzazione di progetti e l'erogazione di servizi a carattere innovativo/sperimentale, coniugando tutto ciò con il conseguimento di maggiori economie, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Castello di Cisterna.
4. In particolare l'Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione per ottenere:
 - miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, della qualità dei servizi erogati;
 - il supporto alla realizzazione di infrastrutture;
 - il sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché all'ottimizzazione della spesa.

ARTICOLO 2 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per contratto di sponsorizzazione, un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor) la possibilità di pubblicizzare e promuovere in appositi spazi il nome, il logo, il marchio, i prodotti, l'attività ed i servizi con i relativi segni distintivi attraverso l'associazione dei medesimi con l'iniziativa oggetto del contributo nei modi previsti dallo stesso contratto, a fronte dell'obbligo dello sponsor di fornire un predeterminato corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore dell'Amministrazione Comunale;
 - b. per sponsorizzazione, ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c. per sponsor, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d. per sponsee il Comune di Castello di Cisterna;
 - e. per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor.
2. Ai fini del presente regolamento non costituisce sponsorizzazione l'offerta a titolo di liberalità in favore dell'Amministrazione di somme di denaro, 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 attraverso le procedure previste dai successivi articoli del presente regolamento.

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, alternativamente:
 - a. inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale. In questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella minor spesa a carico del bilancio, per un importo totale o parziale, rispetto a quanto previsto inizialmente;
 - b. conseguenti a proposte definite in corso d'anno dalla Giunta Comunale, anche in adesione ad 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 SPONSORIZZAZIONI

1. La sponsorizzazione si deve concretizzare in una minore spesa o in una maggiore entrata o nella realizzazione, anche parziale, di uno degli interventi previsti nel piano triennale delle opere pubbliche.
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 OGGETTO DELLA SPONSORIZZAZIONE

1. L'oggetto della sponsorizzazione può consistere:
 - a. **in una somma di denaro:** 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:** possono essere 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 necessari per contrattare con le pubbliche amministrazioni.

ARTICOLO 6 SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor per importi di valore economico inferiore alla soglia comunitaria, tanto per la fornitura di beni o servizi, che per l'effettuazione di lavori, è realizzata a mezzo di procedura negoziata, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento sul sito internet del Comune. Sono ammesse eventuali ulteriori modalità di pubblicità da individuarsi in relazione all'importo della sponsorizzazione ed al numero dei soggetti potenzialmente interessati alla gara.; inoltre, è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso pubblico deve contenere i seguenti dati minimi:
 - a. l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario, compresa nell'elenco delle iniziative annuali specifiche definite con apposito provvedimento ovvero complementare al normale corso delle iniziative o interventi posti in essere in base agli stanziamenti disposti nel bilancio;
 - b. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - c. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - d. la durata della sponsorizzazione;
 - e. le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
 - f. i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:
 - a. il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b. il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. All'offerta deve essere allegata una autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
 - a. di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
 - c. nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
 - d. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
6. Nel caso l'offerta sia fatta da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 5 riferita a sé stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.
7. Nel caso l'offerta sia fatta da un ente pubblico, deve essere allegata un'autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
 - a. il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - b. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
8. L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria del competente ufficio, è approvata con atto deliberativo della Giunta Comunale.
9. Ove pervengano più offerte, con l'atto di Giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
10. La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor.
11. Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

ARTICOLO 7

PROCEDURE PER SPONSORIZZAZIONI 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.L.gs n. 163/2006 e successive modificazioni.
2. I soggetti presentano le loro offerte nel rispetto delle modalità e dei termini fissati nel 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 apposita commissione giudicatrice composta da tre membri nominata con propria determinazione dal Responsabile del servizio interessato.

ARTICOLO 8 DIALOGO COMPETITIVO

1. Nel caso in cui pervenga all'Amministrazione, da parte di uno sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata alla realizzazione di interventi, lavori, servizi o fornitura di beni, l'Amministrazione stessa, valutata l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, può predisporre apposito avviso pubblico che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente. L'avviso rende pubblico l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni., L'avviso è pubblicato per almeno dieci giorni con le modalità di cui al precedente articolo 6.
2. Nel caso in cui non pervengano offerte entro il limite fissato, si procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto promotore.
3. Nel caso in cui alla scadenza del termine fissato nell'avviso siano pervenute offerte, l'Amministrazione procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi oltre che del prezzo.
4. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare l'originaria proposta a quella eventualmente selezionata dall'Amministrazione a seguito delle procedure di cui al comma precedente, aggiudicandosi in tal modo la sponsorizzazione.
5. Durante la procedura di aggiudicazione l'Amministrazione garantisce la parità di trattamento a tutti i partecipanti.
6. Su richiesta dell'Amministrazione comunale le offerte possono essere chiarite, precisate e perfezionate. Tuttavia tali precisazioni non possono modificare gli elementi fondamentali

dell'offerta o dell'appalto posto in gara al fine di non pregiudicare i principi di parità di trattamento, trasparenza e non discriminazione.

ARTICOLO 9 PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal dirigente stesso.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività del Comune, compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente. In presenza di contratti già stipulati con terzi per la gestione di strutture

sportive, ricreative e/o sociali di proprietà del Comune, sarà valutata la possibilità di rivedere tali contratti, al fine di prevedere in essi la possibilità, da parte dell' Ente, di usufruire di spazi per le sponsorizzazioni in misura percentuale a quelli realmente disponibili, da definire con apposito atto.

3. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:
 - a. il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c. la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d. il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
 - e. la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
4. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere fornito con le modalità di cui al successivo art. 16; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

ARTICOLO 10 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.
2. Le singole sponsorizzazioni vengono prioritariamente proposte ai soggetti selezionati a seguito di confronto competitivo fra gli stessi.

ARTICOLO 11 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono stabiliti:
 - L'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata;
 - Il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - L'importo della sponsorizzazione;
 - Le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le garanzie richieste e le responsabilità;
 - La disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
 - Le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.

ARTICOLO 12 VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche periodiche da parte del servizio competente per materia, 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.

ARTICOLO 13
CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI 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, devono essere definite le modalità di verifica e controllo nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o eventuali altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Comunale intende inserire.
4. E' di competenza 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 costituenti l'oggetto delle sponsorizzazioni, come pure i soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori, devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

ARTICOLO 14
CASI ESCLUSI

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:
 - a. ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c. sia in corso con l'offerente una controversia legale;
 - d. reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c. messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

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 ed alla salute delle persone;
- b. Diritti dei lavoratori;
- c. Obblighi riguardanti la tutela dei consumatori e la protezione dell'ambiente.

Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo.

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 15
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. n. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il Comune di Castello di Cisterna in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ARTICOLO 16

VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Fino al valore di €8.000, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito anticipatamente, in un' unica soluzione; superata tale cifra, nella misura del 30%, al momento della sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale, 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, se richiesta dall'Amministrazione Comunale prima della sottoscrizione del contratto, apposita garanzia in favore del Comune.
3. Nell'ipotesi prevista dal precedente articolo 5 comma 1 lett. b), lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore o a realizzare l'opera una volta acquisito il nulla osta dell'Amministrazione, ad 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.

ARTICOLO 17

CONTROVERSIE

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

ARTICOLO 18

DISPOSIZIONI FINALI

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi indicati dal presente regolamento; è facoltà del Comune, qualora si ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.
2. Il presente regolamento viene approvato con riferimento alle disposizioni dell'articolo 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267 (T.U. sull'ordinamento degli enti locali), e alla normativa applicabile in generale a tutta la materia delle sponsorizzazioni.
3. Il presente regolamento entra in vigore dopo la pubblicazione presso l'Albo Pretorio Comunale, ad avvenuta esecutività della presente deliberazione dal quindicesimo giorno.