



COMUNE DI SAN GIORGIO DI PIANO

REGOLAMENTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Deliberazione consiliare n. 71 del 29/09/2015

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 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Articolo 7 – Avviso di sponsorizzazione e affidamento diretto

Articolo 8 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa

Articolo 9 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico

Articolo 10 - Procedura per le sponsorizzazioni oltre la soglia comunitaria

Articolo 11 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

Articolo 12 - Contratto di sponsorizzazione

Articolo 13 - Verifiche e controlli

Articolo 14 - Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche

Articolo 15 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Articolo 16 - Trattamento dei dati personali

Articolo 17 - Aspetti fiscali

Articolo 18 - Riserve organizzative

Articolo 19 - Controversie

Articolo 20 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

Articolo 21 - 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, il Comune (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, anche in formato telematico, 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 del Comune;
- 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;
- 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;
- e) Per “sponsee” si intende il Comune di San Giorgio di Piano;
- 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 per le attività promozionali e pubblicitarie dello sponsor.

2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l’offerta, a titolo di liberalità, a favore del Comune di somme di danaro, 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 dal Comune in qualità di sponsee avviene, secondo quanto previsto dai successivi articoli del presente regolamento.

Articolo 2 - Oggetto e Finalità

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 del Comune alla sponsorizzazione, come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.

2. Il Comune ricorre alla sponsorizzazione per ottenere:

- a) miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, della qualità dei servizi erogati, in particolare culturali, sportivi ed educativi e sociali;

- b) il supporto alla realizzazione di opere, infrastrutture o per l'acquisizione di beni dotazionali utili al buon svolgimento delle attività istituzionali;
- c) 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 in ambito educativo/scolastico, giovanile, sportivo, sociale, culturale, turistico 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, il Comune individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati. In particolare le iniziative o gli interventi possono 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. Il Comune può definire 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 od in altri documenti programmatici.

2. La sponsorizzazione è ammessa a condizione che siano perseguiti interessi pubblici.

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 dal Comune 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 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto della normativa dell'ente nonché delle disposizioni di cui al Codice dei Contratti – D.Lgs. 163/2006 e s.m.i.

1. La scelta dello sponsor avviene sulla base del valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti procedure:

- a) Fino a 40.000 € iva esclusa Fornitura di beni e servizi: Affidamento secondo le modalità del successivo articolo 7;
- b) Fino a 100.000 € iva esclusa Lavori pubblici: Affidamento secondo le modalità del successivo articolo 7;
- c) Da 40.000 € fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa Fornitura di beni e servizi: Procedura negoziata secondo le modalità dei successivi articoli 8 e 9;
- d) Da 100.000 € fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa Lavori pubblici: Procedura negoziata secondo le modalità del successivo articolo 9.

Articolo 7 – Avviso di sponsorizzazione ed affidamento diretto

1. Per le sponsorizzazioni di cui al precedente art. 6 comma uno lett. A) e B), il Comune procede ad un avviso di sponsorizzazione, di cui 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.

2. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor;
- b) i requisiti necessari dell'offerta;
- c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

3. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Direttore dell'Area competente, nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso.

4. Previa istruttoria degli effetti benefici, il Direttore dell'Area competente, può stipulare contratto di sponsorizzazione a seguito di affidamento diretto qualora un

soggetto privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti, nei seguenti casi:

- a) mancanza di offerte a seguito di avviso;
- b) sponsorizzazioni di importo inferiore ad euro 10.000,00 (IVA esclusa);
- c) fornitura che riguarda beni la cui produzione è garantita da privativa industriale.

5. Nella determinazione di affidamento, il responsabile del procedimento deve attestare la convenienza per il Comune, nonché il rispetto delle norme previste dal presente regolamento.

Articolo 8 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa

1. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto la prestazione di servizi e forniture di cui al precedente articolo 6 comma uno lett. C), la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa.

2. Il Direttore d'Area competente individua i soggetti da invitare.

3. L'invito alla gara ufficiosa, inviato anche tramite fax o altre forme di trasmissione telematica, deve prevedere un termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 15 giorni.

Articolo 9 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico

1. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto la realizzazione di lavori pubblici (comprese le prestazioni professionali connesse), di cui al precedente articolo 6 comma uno lett. D), la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa preceduta da un avviso pubblico.

2. L'avviso è pubblicato all'Albo Pretorio, sul sito internet del Comune. Sono ammesse ulteriori modalità da individuarsi in relazione ai potenziali interessati alla gara.

4. L'avviso pubblico deve indicare: l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor, i requisiti necessari per partecipare alla gara ufficiosa, le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, non inferiore a 15 giorni.

Articolo 10 - 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 Direttore dell'Area competente.

Articolo 11 - 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 Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, 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 del Comune 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. Il Comune 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 e alla soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio 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. 12 - 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) le modalità di versamento dei proventi della sponsorizzazione;
- g) La disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
- h) Le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.

Art. 13 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte dell'Area 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.

Art. 14 - Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche

1. Il Comune può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsor 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 il Comune intende inserire.
4. E' di competenza del Comune curare 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. 15 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. Il Comune, 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, 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 abbiano procedimenti penali in corso con condanna almeno di primo grado e/o che 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;
- d) Associazione di tipo mafioso di cui all'articolo 416 – bis del Codice Penale o per delitto di associazione finalizzata al traffico illecito di sostanze stupefacenti o psicotrope di cui all'articolo 74 del Testo Unico approvato con D.P.R. 09/10/1990, n. 309;
- e) reati contro la pubblica amministrazione;
- f) reati finanziari.

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

5. Il Comune, con deliberazione di Giunta Comunale, adeguatamente motivata, può rifiutare sponsorizzazioni, che pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano in contrasto con le proprie finalità.

Art. 16 - 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. 17 - 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. 18 Riserve organizzative

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune 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 a soggetti terzi.

Art. 19 - Controversie

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

Art. 20 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

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

Art. 21 - Norme di rinvio

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