

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

INDICE

<i>Art.</i>	<i>1</i>	<i>Oggetto e finalità</i>	<i>pag.</i>	<i>2</i>
<i>Art.</i>	<i>2</i>	<i>Contenuti della sponsorizzazione</i>	<i>pag.</i>	<i>2</i>
<i>Art.</i>	<i>3</i>	<i>Definizioni</i>	<i>pag.</i>	<i>2</i>
<i>Art.</i>	<i>4</i>	<i>Progetto di sponsorizzazione</i>	<i>pag.</i>	<i>3</i>
<i>Art.</i>	<i>5</i>	<i>Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione</i>	<i>pag.</i>	<i>3</i>
<i>Art.</i>	<i>6</i>	<i>Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor</i>	<i>pag.</i>	<i>3</i>
<i>Art.</i>	<i>7</i>	<i>Selezione di sponsor per la realizzazione degli interventi relativi ai beni culturali</i>	<i>pag.</i>	<i>5</i>
<i>Art.</i>	<i>8</i>	<i>Contratto di sponsorizzazione</i>	<i>pag.</i>	<i>5</i>
<i>Art.</i>	<i>9</i>	<i>Versamento del corrispettivo di sponsorizzazione</i>	<i>pag.</i>	<i>5</i>
<i>Art.</i>	<i>10</i>	<i>Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni</i>	<i>pag.</i>	<i>6</i>
<i>Art.</i>	<i>11</i>	<i>Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni</i>	<i>pag.</i>	<i>6</i>
<i>Art.</i>	<i>12</i>	<i>Trattamento dei dati personali</i>	<i>pag.</i>	<i>6</i>
<i>Art.</i>	<i>13</i>	<i>Aspetti contabili e fiscali</i>	<i>pag.</i>	<i>7</i>
<i>Art.</i>	<i>14</i>	<i>Verifiche e controlli</i>	<i>pag.</i>	<i>7</i>
<i>Art.</i>	<i>15</i>	<i>Riserva organizzativa</i>	<i>pag.</i>	<i>7</i>
<i>Art.</i>	<i>16</i>	<i>Spese contrattuali</i>	<i>pag.</i>	<i>7</i>
<i>Art.</i>	<i>17</i>	<i>Norma di rinvio</i>	<i>pag.</i>	<i>8</i>

Art. 1 - Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento viene redatto in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 449/97, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dall'art. 7 Legge 166/2002, negli art. 26 e 199 bis del D.Lgs. 163/2006 (così come modificati ed integrati dall'art. 3 del D.Lgs. n. 6/07 e dal Decreto Legge 5/2012 convertito in Legge n. 35 del 4 aprile 2012) nonché sulla base delle disposizioni relative al CCNL per l'area del Personale e area Dirigenza degli Enti Locali.
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. L'ambito di applicazione riguarda tutti i servizi dell'Amministrazione Comunale.

Art. 2 - Contenuti della sponsorizzazione

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale chiunque, in ragione della propria attività, si occupa di attività non in conflitto con l'interesse pubblico.
2. Il ricorso alla sponsorizzazione è finalizzato a reperire risorse al fine di realizzare interventi o attività inserite nei programmi di spesa previsti nel bilancio comunale, anche con l'acquisizione diretta di beni, servizi o prestazioni.

Art. 3 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto atipico e bilaterale a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Rho (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, ovvero si obbliga a fornire a titolo gratuito una determinata prestazione o fornitura, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, promuovere la propria immagine, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, secondo modalità e tempi pattuiti;
 - b. per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni, interventi o altro tipo di utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività;
 - c. per "**sponsor**": il soggetto pubblico, privato ed associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile o più soggetti in associazione tra loro che intendono stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Rho;
 - d. per "**sponsorizzato**": il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga ad associare alla propria attività il nome o segni distintivi dello sponsor;
 - e. per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Rho per la pubblicità dello sponsor;
 - f. per "**veicolo pubblicitario**": l'opera o la prestazione attraverso l'esecuzione della quale lo sponsor produce beneficio conseguente alla sponsorizzazione; esso non necessariamente include l'individuazione di uno "spazio pubblicitario"

Art. 4 - Progetto di sponsorizzazione

1. Il progetto di sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo, ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
 - a. Concessione del Comune, mediante l'inserimento sul proprio sito o in altro servizio di comunicazione telematica di appositi spazi pubblicitari (banner);
 - b. Concessione dei segni distintivi del Comune come strumento promozionale. L'uso dello stemma civico da parte di soggetti privati, persone fisiche o giuridiche è subordinato a quanto già previsto nel Regolamento del Cerimoniale;
 - c. Finanziamento di eventi istituzionali, culturali, sociali, sportivi, convegni, forum e altre analoghe iniziative organizzate o patrocinata dal Comune;
 - d. Utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi di proprietà comunale ritenuti idonei, fatto salvo quanto previsto dal Regolamento per l'applicazione dell'imposta sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, dal Piano generale degli impianti e dal Regolamento di applicazione della TOSAP;
 - e. Utilizzo, a fini pubblicitari, di spazi su documentazione del Comune nel rispetto di quanto previsto dalla normativa;
 - f. Servizi di manutenzione e altri servizi che lo sponsor può erogare come corrispettivo;
 - g. Fornitura di beni;
 - h. Sponsorizzazione di opere, progettazioni, lavori, direzione lavori, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del Piano Esecutivo di Gestione assegnati al Dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Dirigente per l'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.
3. La medesima iniziativa può essere sponsorizzata contemporaneamente da più sponsor (sponsorizzazione plurima) ovvero secondo rapporti di esclusiva in relazione alla valutazione del dirigente del servizio competente per materia.

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La sponsorizzazione può avere origine da iniziative dell'Amministrazione Comunale, secondo le modalità definite all'art. 5, o dall'iniziativa di soggetti pubblici e privati.
2. In caso di sponsorizzazioni, anche a carattere pluriennale, il cui importo o valore risulti complessivamente superiore alla soglia comunitaria per la fornitura di beni e servizi, si procede all'individuazione del contraente attraverso procedure di evidenza pubblica.

3. La scelta dello sponsor, in entrambi i casi previsti al comma 1, è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso pubblico e, comunque, da adeguate forme di pubblicità al fine di stimolare l'interesse dei privati a concorrere o ad assumere la sponsorizzazione di cui trattasi.
4. Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili, l'Amministrazione Comunale può predisporre un avviso annuale da pubblicare all'Albo Pretorio contenente l'elenco delle iniziative per le quali si intende attivare la ricerca di sponsor, con l'inserimento nel sito internet del Comune e in altre forme ritenute di volta in volta più idonee per favorire la massima conoscenza e partecipazione, per almeno 15 giorni.
5. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a. l'oggetto della sponsorizzazione con i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico bando o avviso pubblico nonché progetto di sponsorizzazione;
 - b. i criteri al fine di poter proporre l'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c. la durata del contratto;
 - d. le clausole di reciproca garanzia;
 - e. le modalità ed i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione;
 - f. le modalità di stipula del contratto;
 - g. le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
6. L'offerta deve, in ogni caso, essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico nonché quelle previste dal progetto di sponsorizzazione.
7. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
8. Le offerte sono valutate dall'Ufficio comunale competente, nel rispetto dei criteri stabiliti nel bando o avviso pubblico.
9. Ove pervengano più offerte, esaurita la fase di selezione, è approvata con determinazione dirigenziale apposita graduatoria. La graduatoria è formata in ragione dei criteri di valutazione fissati in sede di bando o avviso pubblico;
10. Nel caso in cui non pervenga alcuna offerta, l'Amministrazione Comunale può attivare direttamente dei contatti con soggetti potenzialmente interessati al medesimo progetto di sponsorizzazione.
11. In casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza ed alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati, l'Amministrazione Comunale potrà procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione.
12. Nell'ipotesi in cui l'iniziativa di sponsorizzazione muova da privati o da soggetti terzi, il Comune, salve le ipotesi in cui sia da escludere qualsiasi forma di concorrenzialità ovvero anche di trattativa privata plurima, garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

Art. 7 - Selezione di sponsor per la realizzazione degli interventi relativi ai beni culturali

1. In caso di ricerca di sponsor per la realizzazione degli interventi relativi a beni culturali l'Amministrazione Comunale integrerà il programma triennale dei lavori con un apposito allegato indicante i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali intende ricercare sponsor per il finanziamento o la realizzazione degli interventi. Tale allegato potrà altresì contenere gli interventi per i quali siano pervenute dichiarazioni spontanee di interesse alla sponsorizzazione.
2. La procedura di ricerca e selezione dello sponsor avverrà nelle forme e modalità espressamente previste dalla normativa di riferimento.

Art. 8 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un contratto nel quale sono in particolare disciplinati:
 - a. L'individuazione dell'oggetto del contratto;
 - b. Il valore della sponsorizzazione;
 - c. La durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d. Le responsabilità e gli impegni reciproci;
 - e. L'eventuale diritto di "esclusiva";
 - f. Le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
 - g. I lavori, i servizi, ecc. da eseguire a corrispettivo dell'attività dello sponsorizzato;
 - h. Le verifiche ed i controlli sulle attività dei contraenti;
 - i. Il recesso;
 - j. Una clausola risolutiva espressa per l'ipotesi in cui cause eccezionali non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa e nel caso in cui lo sponsor rechi danni all'immagine del Comune, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.
 - k. L'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
 - l. Oneri relativi a imposte e canoni, spese di bolli e di registrazione dovranno essere a carico dello sponsor.
2. Il contratto di sponsorizzazione deve prevedere clausole inerenti la tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo di loghi e dei segni distintivi dello sponsor nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
3. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dal soggetto indicato dallo sponsor munito del potere di rappresentanza e dal dirigente competente. Con detto contratto viene concessa anche l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario", fermi restando a carico del privato gli obblighi tributari e l'acquisizione di eventuali autorizzazioni previste dalla normativa vigente.

Art. 9 - Versamento del corrispettivo sponsorizzazioni

1. Salvo accordo diverso tra le parti il corrispettivo della sponsorizzazione in denaro

deve essere eseguito di norma entro 15gg dalla sottoscrizione del contratto con versamento del relativo importo presso la Tesoreria comunale. Il contratto può prevedere diverse modalità di pagamento del corrispettivo.

2. A garanzia dell'adempimento del contratto di sponsorizzazione l'Amministrazione nell'ambito del suo procedimento, può richiedere allo sponsor, prima della sottoscrizione del contratto, la costituzione di apposita garanzia a favore dell'Ente.

Art. 10 - Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I proventi e i risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. Parte dei proventi e dei risparmi di cui al comma 1 può essere destinata all'incremento del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1/04/1999.
3. Per la determinazione delle somme di cui al comma 1 si fa riferimento alla base imponibile indicata nei documenti fiscali emessi.
4. Qualora la sponsorizzazione avvenga mediante cessione di beni, prestazione servizi o la realizzazione di opere di interesse pubblico, il valore della sponsorizzazione è determinato sulla base di una stima.

Art. 11 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Comunale, 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 opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, sale da gioco, compraoro, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, pubblicità ingannevole o offensiva,;
 - c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 12 - 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 dall'art. 13 della D.Lgs. 30 giugno 2003 n. 196.

3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 13 - Aspetti contabili e fiscali

1. Le risorse derivanti dal contratto di sponsorizzazione consistenti in somme di denaro sono contabilizzate in bilancio tra le entrate di parte corrente o di parte straordinaria a seconda della tipologia di spesa che sono destinate a finanziare.
2. Le risorse individuate quali minori spese e consistenti in forniture di beni di consumo o d'uso durevole o in prestazioni di servizi sono contabilizzate a bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di consentire la regolarizzazione contabile e il rispetto della normativa fiscale. Inoltre, i beni ad uso durevole devono essere contabilizzati nel conto del patrimonio e sono soggetti ad ammortamento economico.
3. La diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione visive o acustiche, diverse da quelle assoggettate al diritto sulle pubbliche affissioni, in luoghi pubblici o aperti al pubblico o che sia da tali luoghi percepibile, è soggetta all'imposta sulla pubblicità prevista dal D.Lgs. 507 del 15/11/1993, fatto salvo quanto specificatamente previsto dal Regolamento sulla pubblicità.

Art. 14 - Verifiche e controlli

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

Art. 15 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni a soggetti terzi, pubblici e privati, secondo le vigenti normative degli appalti e dei servizi.

Art. 16 - Spese contrattuali

1. Le spese per la stipulazione del contratto di sponsorizzazione sono a carico dello sponsor.

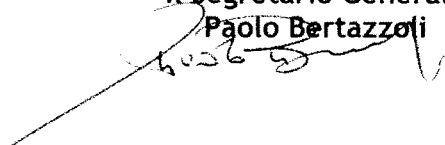
Art.17 - Norma di rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento si rinvia alle norme del Codice civile.

Il presente Regolamento è stato approvato con atto del Consiglio Comunale n. 10 del 17/04/2013, divenuto esecutivo in data 30/04/2013.

Rho, 02/05/2013

Il Segretario Generale
Paolo Bertazzoli



Il Sindaco
Pietro Romano



