



COMUNE DI SINALUNGA

Provincia di Siena

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA

E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale
n. _____ del _____

INDICE

Articolo 1	Oggetto, finalità e principi generali
Articolo 2	Definizioni
Articolo 3	Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
Articolo 4	Corrispettivo della sponsorizzazione
Articolo 5	Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor
Articolo 6	Sponsor accreditati
Articolo 7	Recepimento di offerte spontanee
Articolo 8	Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale
Articolo 9	Contratto di sponsorizzazione
Articolo 10	Verifiche e controlli
Articolo 11	Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche
Articolo 12	Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni
Articolo 13	Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
Articolo 14	Aspetti fiscali
Articolo 15	Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti derivanti dalle sponsorizzazioni
Articolo 16	Trattamento dei dati personali
Articolo 17	Disposizioni finali e norme di rinvio

Art. 1

Oggetto, finalità e principi generali

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. L'Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi erogati, supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché per l'ottimizzazione della 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 e all'erogazione di servizi anche a carattere innovativo – sperimentale.

4. Il ricorso alla sponsorizzazione si conforma ai seguenti principi generali:

- a) perseguimento di interessi pubblici;
- b) esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata;
- c) ottimizzazione della spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio comunale, sia attraverso la realizzazione di progetti, interventi o opere che non trovano copertura finanziaria ordinaria.

5. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell'Ente, le disposizioni del presente regolamento vanno interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

ART. 2

Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per “**contratto di sponsorizzazione**”: un contratto a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l'Amministrazione Comunale (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, 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 dell'Amministrazione comunale;
- c) per “**soggetto promotore**” la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Sinalunga;
- 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 di Sinalunga;
- e) Per “**sponsee**” si intende il Comune di Sinalunga;
- 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 di Sinalunga 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 dell'Amministrazione di somme di danaro, di beni o di servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative e rassegne o dell'allestimento di spazi espositivi.

Art. 3

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Al fine di ampliare le potenzialità promozionali 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 sono:

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 ad indirizzi e direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal Responsabile del servizio.

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.

Art. 4

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 dall'Amministrazione 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. 5

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. L'individuazione dello sponsor è effettuata a mezzo di procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico.

2. All'avviso è data pubblicità mediante affissione all'Albo Pretorio e inserimento sul sito internet del Comune; inoltre è possibile adoperare qualsiasi forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L'avviso 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 e/o nel PEG;

- 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;
 - g. la specificazione che nel caso di proposte concorrenti, l'Amministrazione valuta l'opportunità di favorire co-sponsorizzazioni.
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 dichiari:
 - 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 dichiari:
 - 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 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.

Art. 6

Sponsor accreditati

1. L'Amministrazione 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.
2. La procedura di cui al precedente comma 1 è attivabile anche congiuntamente da parte di più Aree.
3. Le singole sponsorizzazioni vengono prioritariamente proposte agli iscritti all'elenco che abbiano manifestato il loro interesse ed assegnate a seguito di confronto competitivo fra gli stessi.
4. Qualora non vi siano soggetti interessati alla sponsorizzazione la stessa sarà affidata ai sensi del precedente art. 5.

Art. 7

Recepimento di offerte spontanee

1. L'Amministrazione può recepire offerte spontanee formulate da soggetti interessati a sponsorizzare la realizzazione di interventi o di attività, che risultino rispondenti all'interesse pubblico.
2. Se il corrispettivo della sponsorizzazione consiste in una somma di denaro il Responsabile competente, prima di sottoscrivere il contratto, valuta la congruità della proposta in relazione ai valori di mercato.
3. Se il corrispettivo della sponsorizzazione proposta consiste in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor, il Responsabile del servizio, valutata la congruità della proposta e nel rispetto della normativa di settore, può procedere alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione.
4. In alternativa, l'Amministrazione, qualora lo ritenga più vantaggioso in relazione alle potenzialità attrattive dell'iniziativa, predispone avviso promozionale al quale viene data idonea pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio e sul sito Internet del Comune. Si prescinde dal dialogo competitivo nei casi, adeguatamente motivati, in cui la tempistica che scandisce la proposta non consenta il materiale esperimento delle procedure competitive e la proposta stessa appaia comunque congrua ed economicamente sostenibile.
5. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare la propria proposta originaria a quella eventualmente selezionata dall'Amministrazione a seguito delle procedure di cui al comma precedente, aggiudicandosi in tal modo la sponsorizzazione.

Art. 8

Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Ai 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. 5, comma 1, 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 relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora le imprese edili e le imprese da esse collegate o controllate rivestano la qualità di sponsor dell'amministrazione attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
4. L'Amministrazione 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. 9

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) l'impegno a carico dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e alla veicolazione del messaggio pubblicitario;
 - g) La disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
 - h) Le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.

Art. 10

Verifiche e controlli

1. Le “sponsorizzazioni” sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per 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. 11

Contratti di sponsorizzazione 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 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 l’Amministrazione Comunale intende inserire.
4. E’ di competenza dell’Amministrazione 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 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.12

Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, di norma, nella misura del 60%, al momento della sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale e, nella misura del restante 40% 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 a favore del Comune di Sinalunga.
3. Nell’ipotesi prevista dal precedente articolo 4 comma 1 lett. b), lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore ovvero a realizzare l’opera, previo nulla

osta dell'Amministrazione Comunale di 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.

Art. 13

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

4. 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.

ART. 14

Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde di norma 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 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. 15

Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti derivanti dalle sponsorizzazioni

1. La Giunta definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa derivanti dalle somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, ovvero delle maggiori entrate, al netto dell'IVA.
2. I risparmi di spesa ovvero le maggiori entrate di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) nella misura che sarà stabilita, di volta in volta, dalla Giunta Comunale, potranno essere destinati alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL del 1/04/1999;
 - b) nella residua somma saranno destinati al finanziamento di altre iniziative istituzionali finalizzate al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
3. L'utilizzo dei proventi di cui al comma 2 ^, lettera b) è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della Giunta Comunale, su proposta del Responsabile dell'Area interessata alla realizzazione del progetto stesso.

ART. 16

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento sono trattati esclusivamente per le finalità dalla 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

Disposizioni finali e norme di rinvio

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune secondo la disciplina del presente regolamento; è facoltà del Comune, qualora si ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico o funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.
2. Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa vigente.
3. Il presente regolamento entra in vigore dopo che sarà divenuta esecutiva la relativa deliberazione di approvazione.