



Comune di
Terralba
Provincia di Oristano

REGOLAMENTO COMUNALE SULLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione di consiglio comunale n. del

ART. 1-OGGETTO

1. Il presente regolamento disciplina i contratti/accordi di sponsorizzazione, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art.119 del D.Lg.vo 267/2000, nell'art.43 della L. 449/1997, nell'art.120 del D.Lg.vo42/2004 e nell'art.26 del D.Lg.vo 163/2006, e con riferimento all'art.1 comma 1-bis della L. 241/90.

ART. 2- FINALITA' E SOGGETTI

1. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento per il perseguimento delle finalità di pubblico interesse che il Comune deve porre in essere ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le finalità perseguite dal Comune e che comportano un costo a carico del bilancio dell'ente, purché ciò non sia lesivo della dignità istituzionale dell'ente medesimo.
3. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi per realizzare o acquisire senza corrispettivo interventi, servizi, prestazioni, beni o attività, o l'equivalente in denaro, che comportano un costo a carico del Bilancio dell'ente.
4. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale con chiunque, in ragione della propria attività, si occupa di problematiche non in conflitto con l'interesse pubblico.

ART .3 - DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - per contratto di sponsorizzazione, un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e/o marchio in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - per sponsorizzazione, ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti (in tal caso sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata ai fini prefissati), provenienti da terzi, come corrispettivo della pubblicizzazione della propria

ragione sociale e/o marchio aziendale;

- per sponsor, il soggetto che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
- per spazio pubblicitario, lo spazio fisico o qualsiasi supporto di veicolazione delle informazioni, anche digitale, che di volta in volta il Comune può mettere a disposizione per la pubblicità;
- per "sponsee" il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione Comunale.

ART. 4- FORME

1. La sponsorizzazione potrà essere realizzata, tra l'altro, in una delle seguenti forme:

- Contributi economici;
- Cessione gratuita di beni e/o servizi;
- Compartecipazione economica diretta alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dal Comune;
- "Adozione" di aree verdi

ART. 5- CONTRIBUTI ECONOMICI

1. Lo sponsor può sostenere le diverse iniziative oggetto del contratto di sponsorizzazione mediante contributi economici versando la somma di denaro direttamente al Comune. L'ammontare dei contributi può essere stabilito dal Comune per uno o più sponsor della stessa iniziativa.

ART. 6- CESSIONE GRATUITA DI BENI E/O SERVIZI

1. Lo sponsor può offrire di donare in qualsiasi momento al Comune beni mobili e immobili, nonché erogare servizi in forma gratuita, indicando le eventuali forme di pubblicità che possono essere richieste in contropartita del proprio atto di liberalità. Il Comune, valutata l'utilità dell'offerta, procede, ove lo ritenga nell'interesse dell'Ente, all'accettazione e dispone circa le forme di pubblicità richieste.

ART. 7- COMPARTICIPAZIONE ECONOMICA DIRETTA ALLE SPESE DI REALIZZAZIONE DELLE VARIE ATTIVITA' ORGANIZZATE DAL COMUNE

1. Lo sponsor può offrirsi di sostenere direttamente alcune spese relative ad attività già programmate dal Comune, richiedendo eventualmente in contropartita alcune forme di pubblicità. Il Comune, valutata l'utilità dell'offerta, provvede in ordine alla sua accettazione e stabilisce le forme di pubblicità consentite.

ART. 8 -ADOZIONE DI AREE VERDI

1. Il Comune può procedere all'individuazione delle aree comunali destinate a verde pubblico che potranno essere assegnate in "adozione" allo Sponsor. L'adozione consiste nell'obbligo dello sponsor di provvedere alla realizzazione del primo impianto dell'area e/o alla manutenzione ordinaria della stessa, previo accordo di sponsorizzazione approvato dalla Giunta Comunale.

2. Lo sponsor dovrà presentare, sia per la realizzazione dell'impianto che per la manutenzione ordinaria, un progetto tecnico che, approvato dall'Ufficio Tecnico comunale, costituirà allegato al contratto di sponsorizzazione. L'area non dovrà in nessun modo essere sottratta all'uso pubblico al quale è destinata, se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni di impianto e a quelle relative alla manutenzione ordinaria.

3. Il progetto potrà anche essere fornito dall'Amministrazione Comunale. In ogni caso

esso dovrà contenere l'indicazione delle spese necessarie per le relative operazioni. Il contratto di sponsorizzazione dovrà avere una durata pari a quella indicata nel progetto. Esso non potrà essere inferiore a un anno e superiore a tre anni. Il contratto è rinnovabile con lo stesso sponsor, sulla base della valutazione dei risultati raggiunti nel periodo pregresso, per la stessa durata di quello originario.

ART. 9- SCELTA DELLO SPONSOR

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo articolo.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul profilo di committente del Comune e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.
4. L'avviso deve indicare almeno:
 - l'oggetto della sponsorizzazione;
 - i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
 - le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni;
 - l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
 - i criteri di valutazione delle offerte;
 - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo articolo;
 - l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:
 - le dichiarazioni richieste dall'avviso;
 - l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
 - l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a farsi carico degli adempimenti inerenti all'iniziativa e alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

ART. 10 - AFFIDAMENTO DIRETTO

1. Il responsabile del servizio interessato può procedere anche all'affidamento diretto nel caso in cui ricorrano le condizioni previste dal codice degli appalti vigente e/o adottare comunque le soluzioni tecniche gestionali consentite dalle norme.

ART.11- RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, la Giunta comunale valuta l'opportunità di dare seguito alla stessa autorizzando il responsabile del servizio interessato a procedere secondo gli atti gestionali previsti e consentiti dalla normativa vigente ed in base a quanto declinato nel presente regolamento.
2. Nel caso in cui sia stata espletata comunque una procedura di selezione, all'originario

promotore, può essere concesso il diritto di adeguare la propria proposta a quella risultata vincitrice: in questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

ART. 12 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. L'Amministrazione comunale si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative
- la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale, gioco d'azzardo
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia, omofobia o xenofobia.

ART. 13 - ASPETTI FISCALI

1. Se il contratto di sponsorizzazione prevede l'erogazione di una somma di denaro da parte dello sponsor, il Comune è tenuto ad emettere fattura per il relativo importo. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma concretamente erogata dallo sponsor e contabilizzata per la specifica iniziativa.

2. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor (operazioni permutative) trova applicazione la disciplina dell'I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972 n. 633: è fatto, dunque, obbligo di doppia fatturazione: fatturazione dello sponsor all'Ente del valore del servizio o del bene, soggetta ad I.V.A., e corrispondente fatturazione dell'Ente allo sponsor di un pari importo, sempre soggetta ad I.V.A., per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor stesso.

ART. 14 - INCENTIVAZIONE ALLA STIPULAZIONE DI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

1. Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, il fondo per il trattamento economico accessorio dei dipendenti ed il fondo per la retribuzione di posizione e di risultato dei responsabili di servizio viene incrementato di una quota percentuale pari al 2% del risparmio derivante dal contratto di sponsorizzazione con esclusione di quelli reperiti direttamente dall'amministrazione.

ART. 15 - NORMA DI RINVIO

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento, si fa riferimento al codice Civile e al D.Lgs. 163/2006, nonché alla normativa vigente in materia.

ART. 16- ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entra in vigore contestualmente all'avvenuta esecutività della relativa deliberazione di approvazione.