



COMUNE DI RIVALBA
Provincia di Torino

REGOLAMENTO PER LA STIPULA
DI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Approvato con Deliberazione Consiglio Comunale n. 22 del 17/06/2013

INDICE

Art. 1	Oggetto del regolamento	pag.	3
Art. 2	Attività di sponsorizzazione	pag.	3
Art. 3	Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari	pag.	3
Art. 4	Definizioni	pag.	3
Art. 5	Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	pag.	3
Art. 6	Modalità di pubblicizzazione dello sponsor	pag.	4
Art. 7	Procedure di scelta del contraente e criteri di valutazione	pag.	4
Art. 8	Pubblicità	pag.	5
Art. 9	Valutazione delle offerte	pag.	5
Art. 10	Contratto di sponsorizzazione	pag.	5
Art. 11	Clausola generale di rinvio	pag.	6
Art. 12	Spese contrattuali	pag.	6
Art. 13	Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	pag.	6

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 14	Trattamento dei dati personali	pag.	7
Art. 15	Aspetti fiscali	pag.	7
Art. 16	Verifiche e controlli	pag.	7
Art. 17	Riserva organizzativa	pag.	7
Art. 18	Oneri fiscali	pag.	7
Art. 19	Rinvio	pag.	7
Art. 20	Norme abrogate	pag.	8
Art. 21	Pubblicità del regolamento e degli atti	pag.	8
Art. 22	Variazioni del regolamento	pag.	8
Art. 23	Entrata in vigore	pag.	8

Art. 1 - Oggetto del regolamento

- 1) Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione dell'articolo 43 della legge 449/1997 e dell'articolo 119 del D.Lgs. n. 267/2000, da ultimo recepite dall'articolo 26 del D.Lgs. 12/4/2006 n. 163 parzialmente modificato dall'articolo 3, comma 1, lettera c), del D.Lgs. 26/01/2007, n. 6; dell'articolo 15, comma 1, lettera d) del CCNL dell'1/04/1999, come sostituito dall'articolo 4, comma 4, del CCNL del 05/10/2001 e dall'articolo 26, comma 1, lettera b) del CCNL del 23/12/1999 per l'area di dirigenza.

Art. 2 - Attività di sponsorizzazione

- 1) A norma del presente titolo sono ammesse solo le iniziative di sponsorizzazione che tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi.

L'attività di sponsorizzazione è diretta a:

- a) recuperare maggiori risorse che consentano di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;
- b) migliorare gli standard di qualità o l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura e l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni e attrezzature al Comune;
- c) sostenere progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune;
- d) sostenere ed incentivarle iniziative di promozione del territorio.

Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

- 1) I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni anche senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari e di investimento con finanziamento a carico del bilancio del Comune.
- 2) Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per il Comune, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 4 - Definizioni

- 1) Ai fini del presente titolo si intende:
 - a) per "*contratto di sponsorizzazione*": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "*sponsorizzazione*": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi proveniente da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
 - c) per "*sponsor*": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - d) per "*spazio pubblicitario*": lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

- 1) Le iniziative di sponsorizzazione sono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del

Piano di Assegnazione delle Risorse assegnati a ciascun Responsabile. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici 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 nei capitoli di spesa ordinaria e di investimento purché ciò, a giudizio dell'Amministrazione, non sia di nocumento al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale.

Art. 6 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

- 1) L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune è sempre a costo zero ed è realizzata nei seguenti modi:
 - a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, sportivo e sociale, o di promozione del territorio, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, tabelloni luminosi, ecc.), sia nel sito web del Comune, nell'area dedicata;
 - b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il Comune permetterà che lo sponsor apponga cartelli o targhe indicanti il medesimo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni.
- 2) Il Comune emette fattura allo sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori, servizi e beni, lo sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato, con il contratto di sponsorizzazione, del valore dei lavori, servizi o beni. A sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione. Allo sponsor compete altresì il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità per insegne e/o cartelli, ove prevista.

Art. 7 - Procedura di scelta del contraente e criteri di valutazione

- 1) La scelta del contraente avviene:
 - a) con procedure ad evidenza pubblica, ai sensi della normativa vigente - che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione - e siano tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di "sponsorizzazione", sempre che l'importo superi 40.000,00 euro;
 - b) nel rispetto delle disposizioni e degli importi di cui al Titolo I, inerente lavori servizi e forniture, per importi inferiori a 40.000,00 euro;
- 2) La scelta dello sponsor avviene mediante stipula diretta del contratto, senza previa pubblicazione di avviso, nei seguenti casi:
 - a) iniziative per le quali sia da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità;
 - b) sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili di "mero mecenatismo" da parte dello sponsor, di importo inferiore ad € 2.000,00.

Art. 8 - Pubblicità

- 1) Le procedure ad evidenza pubblica vengono pubblicizzate mediante pubblicazione di un avviso di gara all'albo pretorio del Comune, per almeno 15 giorni.
- 2) L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato, ove previsto;
 - b) l'esatta determinazione degli obblighi a carico del Comune;
 - c) le modalità, i termini di presentazione, i criteri di valutazione dell'offerta di sponsorizzazione e le eventuali garanzie e/o penali richieste dal Comune.
- 3) L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica la fornitura, il servizio, il lavoro, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare e l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
- 4) L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - il possesso dei requisiti di cui all'art. 38 del D.Lgs. n. 163/2006 e ss.mm.ii. e l'inesistenza delle condizioni di impedimento a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della L. 24/11/1981, n. 689.
 - b) per le persone giuridiche:
 - che l'impresa è iscritta alla Camera di Commercio e non si trova in stato di fallimento, liquidazione coatta, amministrazione controllata o concordato preventivo, e che non sia in corso un procedimento per la dichiarazione di una di tali situazioni;
 - che l'impresa ed i suoi legali rappresentanti non si trovano in alcuna delle condizioni che comportano l'incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione.
- 5) 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.
- 6) Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione.

Art. 9 - Valutazione delle offerte

- 1) Le offerte verranno valutate da una apposita Commissione tecnica, in base ai criteri indicati nell'avviso pubblico o nella lettera di invito, finalizzati a reperire la disponibilità della sponsorizzazione o della speciale attività di collaborazione, da stabilirsi e disciplinarsi sulla base e in relazione alla tipologia dell'intervento.

Art. 10 - Contratto di sponsorizzazione

- 1) La gestione della sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;

- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
- 2) Le parti possono risolvere, per motivate ragioni, il contratto, con preavviso di 60 giorni, comunicato con lettera raccomandata.
 - 3) Il contratto si intende risolto senza alcuna penalità per il Comune:
 - qualora lo sponsor o gli sponsor risultino inadempienti in modo grave e/o continuato in relazione ai loro rispettivi obblighi;
 - qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa o attività o progetto;
 - qualora la sponsorizzazione e gli strumenti attuativi della stessa contrastino con prescrizioni di leggi o di regolamenti o non siano diretti al perseguimento di interessi pubblici;
 - qualora si verificino forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.
 - 4) Le modalità di associazione del nome e del marchio dei soggetti terzi devono presentare caratteri tali da essere coerenti con la natura dell'iniziativa e comunque non lesivi della dignità istituzionale del Comune.

Art. 11 - Clausola generale di rinvio

- 1) Per quanto non espressamente disciplinato dal presente titolo si fa rinvio:
 - a) per gli elementi di disciplina contrattuale alle disposizioni regolamentari concernenti i criteri per la stipulazione dei contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati, nonché alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
 - b) per l'utilizzo del marchio e dei segni distintivi al R.D. n. 929/1942 ed al D.Lgs. n. 480/1992 e successive modificazioni, nonché in genere alla normativa in materia.

Art. 12 - Spese contrattuali

- 1) Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.

Art. 13 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

- 1) Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva la facoltà 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 o comunque un qualsiasi elemento che possa nuocere al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di inopportunità 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, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, nonché produzione di armi;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 14 - 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 dalla legge in materia di protezione dei dati personali.
- 3) Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Rivalba.
- 4) I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla 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.

Art. 15 - Aspetti fiscali

- 1) Ai fini dell'applicazione dell'imposta sul valore aggiunto il valore della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma versata dallo sponsor o al valore in denaro dei lavori, servizi e forniture dallo stesso eseguiti o prestati.
- 2) Il Bilancio e il Piano di Assegnazione delle Risorse evidenziano le entrate acquisite.

Art. 16 - Verifiche e controlli

- 1) Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del lavori, beni e servizi in economia). 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. 17 - Riserva organizzativa

- 1) La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Rivalba 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 in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 18 - Oneri fiscali

- 1) Tutti gli importi di spesa indicati nel presente Regolamento sono da intendersi al netto degli oneri fiscali.

Art. 19 – Rinvio

- 1) Per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento si fa rinvio alla normativa vigente

in materia.

Art. 20 - Norme abrogate

- 1) Con l'entrata in vigore del presente regolamento sono abrogate tutte le norme regolamentari con esso contrastanti e/o incompatibili.

Art. 21 - Pubblicità del regolamento e degli atti

- 1) Copia del presente regolamento, a norma dell'art. 22 della Legge 7 agosto 1990, n. 241, come sostituito dall'art. 15, c. 1, della Legge 11 febbraio 2005, n. 15, è tenuta a disposizione del pubblico perché ne possa prendere visione in qualsiasi momento.

Art. 22 - Variazioni del regolamento

- 1) L'amministrazione comunale si riserva la facoltà di modificare, nel rispetto delle vigenti norme che regolano la materia, le disposizioni del presente regolamento, dandone comunicazione mediante pubblicazione all'albo pretorio del comune, a norma di legge.

Art. 23 - Entrata in vigore

- 1) Il presente regolamento entrerà in vigore il giorno successivo all'esecutività della deliberazione di approvazione del medesimo.