



COMUNE DI TORTORETO

Regolamento sulla disciplina dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

Approvato con deliberazione di Consiglio comunale n. 42 del 18/10/2012



bandiera blu d'Europa



certificazione ambientale ISO 14001

PIAZZA LIBERTÀ, 12 - 64018 TORTORETO (TE) - Tel. 0861.785.1 - Fax 0861.78.86.46 - C.F. e Part. IVA 00173630674
www.comune.tortoreto.te.it E-Mail: info@comune.tortoreto.te.it

INDICE

ART. 1 - Norme generali di riferimento	3
ART. 2 - Finalità	3
ART. 3 - Ambito d'applicazione.....	3
ART. 4 - Definizioni.....	3
ART. 5 - Contenuto.....	4
ART. 6 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale.....	5
ART. 7 - Vincoli.....	5
ART. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione.....	5
ART. 9 - Sistema di scelta dello sponsor.....	5
ART. 10 - Determinazione a contrattare e contenuti.....	6
ART. 11 - Proposte spontanee	6
ART. 12 - Il Comune di Tortoreto in qualità di sponsor.....	6
ART. 13 - Contratto.....	6
ART. 14 - Diritto di rifiuto.....	7
ART. 15 - Affidamento del contratto.....	7
ART. 16 - Procedura per affidamento di incarico di ricerca di sponsor.....	7
ART. 17 - Utilizzo delle economie di spesa e degli introiti.....	8
ART. 18 - Aspetti contabili e fiscali.....	8
ART. 19 - Verifiche e controlli.....	8
ART. 20 - Rinvio.....	8
ART. 21 - Trattamento dei dati personali.....	8
ART. 22 - Entrata in vigore.....	9

ART. 1 – Norme generali di riferimento

1. Il presente Regolamento disciplina le sponsorizzazioni che il Comune intenda attivare sulla base delle seguenti norme generali, in attuazione dell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997 n. 449 e s.m.i., dell'articolo 119 del Decreto Legislativo 18 agosto 2000 n. 267 e s.m.i, e dell'art.26 D. Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i.
2. Il presente Regolamento si applica in tutto il territorio comunale, compreso le aree del demanio marittimo gestite dall'Ente nel rispetto della Legge Regionale n. 141/97.

ART. 2 - Finalità

1. Le iniziative di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione incentivano e promuovono l'innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, realizzando maggiori economie rispetto alle previsioni di spesa nonché una migliore qualità dell'attività di gestione e dei servizi erogati alla collettività.
2. Il presente Regolamento ha lo scopo di disciplinare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità, sanciti dall'art. 26 del Decreto legislativo 12/4/2006 n. 163 e s.m.i. "Codice dei contratti pubblici" (di seguito Codice).
3. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative, nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 7 agosto 1990 n. 241 e s.m.i. e, per quanto in essa non espressamente previsto dal presente Regolamento, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal codice civile.

ART. 3 - Ambito d'applicazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati (persone fisiche, società di persone e di capitali, imprese individuali, etc.) ed associazioni senza fini di lucro e pubblici, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze, servizi aggiuntivi e/o beni di pubblica utilità.

ART. 4 – Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:
 - a. per "contratto di sponsorizzazione": (di seguito "Contratto") un contratto a titolo oneroso e/o a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative e altro, ad un terzo (sponsor) che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto; la possibilità di fornitura di elementi di pubblica utilità sui quali è o può essere previsto uno spazio da utilizzarsi in pubblicità (quali transenne salva pedoni, cestini gettacarte, panchine, lampioni, fioriere, pensiline di attesa bus, paline di fermata bus) ovvero la possibilità di usufruire, in contropartita di eventuali forniture di beni e/o servizi, di spazi pubblicitari su impianti quali preinsegne e/o frecce di avviamento alle attività (elementi disciplinati dal vigente PGIP - Piano Generale degli Impianti Pubblicitari - di cui al D.Lgs. 507/93 e s.m.i.) .

- b. per "accordo di collaborazione": uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale, mediante il quale vengono regolate le forme e modalità di coinvolgimento delle parti nella ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
- c. per "sponsorizzazione": ogni contributo che può consistere in una somma di denaro, nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi, nella realizzazione di opere pubbliche e/o di interesse pubblico o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, il logo, il marchio, il prodotto dello sponsor;
- d. per "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale, in cambio della veicolazione del proprio nome nell'ambito di una iniziativa attuata dallo *sponsee* al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;
- e. per "sponsee": il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello *sponsor*;
- f. per "spazio pubblicitario": lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune di Tortoreto mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

ART. 5 - Contenuto

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione dell'Ente.
2. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:
 - a. la fornitura di materiale/attrezzature;
 - b. la gestione di un'opera/area;
 - c. la realizzazione di un'opera o lavoro pubblico;
 - d. la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
 - e. un contributo in denaro; a tal fine sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contratti di sponsorizzazione.
3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
 - a. sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali e/o di rilevanza sociale;
 - b. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori);
 - c. utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (a titolo esemplificativo carta intestata, buste, sito internet);
 - d. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi o servizi diversi;
 - e. fornitura di beni, con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredo urbano quali panchine, lampioni, cestini, bacheche, fioriere, rastrelliere porta biciclette, transenne salva pedoni, pensiline per autobus, paline di fermata bus, ecc.;
 - f. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche;
 - g. attività di gestione delle attività connesse alla programmazione e sviluppo territoriale attraverso la redazione di Piani di Settore (Programma Urbano Parcheggi, Piano Urbano del traffico, Piano della Mobilità, Piano commercio, Piano del Verde);
 - h. realizzazione di mostre, concerti e spettacoli; gestione di sportelli informa-giovani, marketing e promozione territoriale;

- i. attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione, assistenza agli uffici di staff e ufficio stampa, realizzazione di periodici;
- j. attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- k. ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.

ART. 6 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Il contratto di sponsorizzazione può avere inoltre ad oggetto il restauro di beni architettonici e monumentali, recupero di opere d'arte e/o archivi storici.
2. 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.

ART. 7 - Vincoli

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione, sanciti dall'art.43 della legge 449/1997:
 - a. devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
 - b. devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - c. devono essere compatibili alla natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità del medesimo;
 - d. devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrate.

ART. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. La Giunta Comunale formula in corso d'anno indirizzi specifici al Dirigente di Settore competente per l'attivazione d'iniziativa di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente Regolamento.
2. Il Dirigente elabora i programmi ed i progetti per i quali si può fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nonché la loro necessaria quantificazione economico-finanziaria.

ART. 9 - Sistema di scelta dello sponsor

1. Considerate la peculiare atipicità del contratto di sponsorizzazione, la scelta dello sponsor avviene, di norma, con procedure ad evidenza pubblica, (pubblicazione avviso) tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione ovvero di accordi di collaborazione.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento sul sito istituzionale del Comune di Tortoreto e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. Per le iniziative che comportino forniture di beni e servizi o esecuzione di lavori la scelta dello sponsor avverrà secondo le modalità e le soglie finanziarie previste dal D. Lgs. n. 163/06.

ART. 10 - Determinazione a contrattare e contenuti

1. Il Dirigente, in relazione a singoli progetti, avvia il procedimento con l'adozione di una determinazione a contrattare ai sensi dell'art.192 del d.lgs. 267/2000 che contiene, tra l'altro, oltre a quanto previsto nel citato articolo, un avviso con il quale si invitano i soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.
2. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti elementi:
 - a. l'oggetto del contratto secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - b. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - c. le modalità e i termini di presentazione delle offerte;
 - d. i requisiti di partecipazione;
 - e. le modalità e i criteri di valutazione delle offerte;
 - f. le modalità di stipula del contratto;
 - g. la durata e il valore del contratto;
 - h. il valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;
 - i. lo schema di contratto;
3. E' in facoltà del Comune, in relazione a singoli progetti, fissare criteri particolari di selezione, secondo parametri predefiniti nell'avviso.
4. In linea generale può anche essere consentito un criterio secondo il quale più Ditte possono essere coinvolte proporzionalmente al contributo richiesto; in tal caso l'invito specificherà il numero massimo di Ditte che potranno essere coinvolte.

ART. 11 – Proposte spontanee

4. Qualora uno dei soggetti indicati nel precedente art. 3, offra spontaneamente materiale, attrezzature, servizi o quanto altro ritenuto necessario a rendere un servizio ai Cittadini, nei casi di comprovata urgenza, la Giunta comunale potrà autorizzare, previa istruttoria sugli effettivi benefici, la redazione del contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione ove ciò non sia incompatibile con norme imperative di legge.
1. In tutti gli altri casi verrà comunque attuata la procedura secondo quanto previsto dal precedente art. 9.

ART. 12 – Il Comune di Tortoreto in qualità di sponsor

5. L'art. 6, comma 9, del D.L. n. 78/2010, convertito in L. n. 122/2010, prevede il divieto, a decorrere dall'anno 2011, per le amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato della pubblica amministrazione, come individuate dall'ISTAT ai sensi dell'art. 1 comma 3 della legge n. 196/2009, e quindi anche per i Comuni, di effettuare spese per sponsorizzazioni.

ART. 13 - Contratto

1. Il contratto contiene, in particolare, i seguenti elementi:
 - a) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo *sponsor*, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;

- b) le obbligazioni che lo *sponsee* garantisce allo *sponsor* in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello *sponsor* sul materiale di propaganda, etc.);
 - c) le modalità di controllo del Comune, a cura del responsabile del procedimento, sull'esatta esecuzione del contratto;
 - d) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - e) la definizione degli aspetti fiscali;
 - f) le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
 - g) le cause e le modalità di recesso del contratto;
 - h) il divieto di cessione contrattuale.
2. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

ART. 14 - Diritto di rifiuto

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
 - a. ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
 - c. reputi la sponsorizzazione inattuabile per motivi di inopportunità generale.
2. Non si potrà ricorrere al Contratto di Sponsorizzazione:
 - a. per servizi pubblici essenziali;
 - b. per i servizi espletati a garanzia di diritti fondamentali dei Cittadini;
 - c. per i servizi inerenti rilascio di certificazioni ed atti riferiti alla persona.
3. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto le finalità di seguito riportate a titolo indicativo e non esaustivo:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico;
 - c. diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 15 - Affidamento del contratto

1. La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal Dirigente sulla base delle risultanze, qualora effettuate, del confronto concorrenziale.
2. Il Comune resta obbligato solo a seguito della sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione e, comunque, solo dopo la verifica del possesso da parte dell'aggiudicatario dei requisiti previsti per contrattare con l'Ente.

ART. 16 - Procedura per affidamento di incarico di ricerca sponsor

1. Il Comune può, qualora non si possa far fronte con personale in servizio e, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, procedere

mediante affidamento di incarico, per il reperimento di sponsorizzazioni, ad agenzie nel campo pubblicitario o ad altro soggetto pubblico e/o privato specializzato.

2. In tale eventualità l'affidatario è scelto con le procedure previste dal Codice e dalle norme regolamentari attuative.

Articolo 17 - Utilizzo delle economie di spesa e degli introiti

1. I proventi derivanti dall'applicazione della disciplina contenuta nel presente Regolamento, sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati del Comune di Tortoreto.
2. Le somme previste nei capitoli di bilancio interessati dalla stipula dei relativi contratti di sponsorizzazione o accordi di collaborazione, che risultano inutilizzati, sono considerate risparmi di spesa.
3. La Giunta comunale, in conformità alle norme contrattuali vigenti, può destinare i risparmi di spesa di cui al comma 2 al finanziamento di altre eventuali iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

ART. 18 - Aspetti contabili e fiscali

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale inerente le imposte dirette, per quanto applicabili, le imposte indirette (IVA, ecc.) ed i tributi locali (TOSAP, ecc.), alla cui applicazione si fa rinvio.
2. In particolare, quando la prestazione oggetto del contratto di sponsorizzazione consiste in servizi o fornitura di beni a carico dello *sponsor*, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione: dello *sponsor* al Comune per il valore del servizio o del bene, soggetta ad IVA, e la fatturazione del Comune allo *sponsor* per un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo *sponsor*.

ART. 19 - Verifiche e controlli

1. Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Responsabile del procedimento, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni contenute nel contratto.
2. Le difformità rilevate in occasione dei controlli devono essere comunicate agli sponsor affinché gli stessi conformino il proprio comportamento a quanto previsto nel contratto e, qualora ciò non avvenga, si producano gli effetti concordati.

ART. 20 – Rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento, si applicano le disposizioni di legge e/o regolamenti vigenti.

ART. 21 – Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno tenuti esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 13 della Legge 31/12/1996, n. 665 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Tortoreto in persona del Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla citata legge.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente Regolamento.

ART. 22 - Entrata in vigore

2. Il presente Regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione.