

## **Regolamento per la disciplina delle attività e la gestione di sponsorizzazioni**

### **ART. 1 - FINALITA'**

1. Il presente regolamento intende disciplinare – nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali, approvato con D. Lgs. 18.8.2000 n. 267 -, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, ricreativi e altro, promossi dall'Amministrazione Comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.

### **ART. 2 – CONDIZIONI**

Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento di interessi pubblici;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento dei vantaggi di cui all'art. 4, comma 2.

### **ART. 3 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI**

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente. 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 l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

### **ART. 4 – DEFINIZIONI**

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) Per “contratto di sponsorizzazione” – (di seguito denominato “Contratto”) un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione Comunale (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;
- b) per “sponsorizzazione” ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali e/o in servizi) diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- c) per “sponsor”, ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D. Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) per “sponsee” il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione Comunale;
- e) per “spazio pubblicitario” lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

2. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un'iniziativa di pubblico interesse.

### **ART. 5 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR**

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante selezione ad evidenza pubblica, secondo quanto stabilito dalla vigente disciplina dei contratti.

2. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione, in deroga al vigente regolamento dei contratti, nei seguenti casi:

- a) In caso sia stata esperita senza esito la procedura ad evidenza pubblica di cui al paragrafo precedente;
- b) In casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
- c) Nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a € 20.000.

3. La ricerca degli sponsor è pubblicizzata mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e in altre forme ritenute di volta in volta convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

4. L'avviso deve contenere, in particolare i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
- b) l'esatta determinazione della forma/ spazio pubblicitario messo a disposizione;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

5. Le offerte di sponsorizzazione devono contenere:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) la valutazione economica della sponsorizzazione;
- c) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Settore dell'Amministrazione competente, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.

7 Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore dell'Amministrazione competente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.

## ART. 6 – ESCLUSIONI

Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

## ART. 7 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate con il PEG. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione.

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. Nell'ambito del PEG o della delibera della Giunta Comunale saranno anche individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

## ART. 8 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'Amministrazione Comunale, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultano stabiliti:

- a. l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
- b. il diritto dello Sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
- c. le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefits, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
- d. l'individuazione del pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello Sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor;
- e. la durata del contratto di sponsorizzazione;
- f. gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- g. la specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione;
- h. il corrispettivo della sponsorizzazione;
- i. le modalità procedurali, le garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa) e le responsabilità;
- j. le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.

2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione comunale.

## ART. 9 - DIRITTO DI RIFIUTO ALLE 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 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;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

## Art. 10 – VERSAMENTO DEI PROVENTI DA SPONSORIZZAZIONI

1. Salvo diverso accordo tra le Parti e quanto previsto al successivo comma 2, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura del 30%, al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria Comunale o utilizzando gli strumenti di pagamento del sistema bancario o postale, nella misura del restante 70%, a conclusione dell'evento. A garanzia di detto importo, quale condizione essenziale per procedere alla formalizzazione dei rapporti di

sponsorizzazione, lo Sponsor dovrà costituire, se richiesto dall'Amministrazione, apposita garanzia a favore dell'Amministrazione Comunale.

2. Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione al soggetto organizzatore dell'evento lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, previo nulla osta della Amministrazione Comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni. 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. 11 – ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione:

- a. per la sponsorizzazione corrisponde l'importo della somma direttamente erogata ovvero corrispondente al valore dei beni e/o servizi forniti dallo sponsor ovvero stanziata per la specifica iniziativa;
- b. se correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al punto a).

2. Nel caso contemplato al comma 2 dell'art. 10 del presente regolamento, gli aspetti fiscali saranno regolati tra lo sponsor e il soggetto terzo.

2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'IVA secondo le previsioni dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

#### ART. 12 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche, 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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

#### ART. 13 - 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 ai sensi del D.Lgs 196/2003.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune, in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici 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.14 - RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall' Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' 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. 15 – CONTROVERSIE

Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di FERRARA.

Art. 16 – NORME DI RINVIO

Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.

\*\*\*\*\*