



Comune di Azzano Mella
Provincia di Brescia

**REGOLAMENTO PER LA
DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con delibera C.C. n. 38 del 31 agosto 2011

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART.1 – Oggetto del Regolamento

ART.2 – Contenuto del contratto

ART.3 – Contenuto dell'accordo di collaborazione

ART.4 – Ambito di applicazione dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

ART.5 – Vincoli, condizioni e diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

ART.6 – Fase della iniziativa

ART.7 – Procedura di scelta dello sponsor

ART.8 – Compiti specifici dei Responsabili apicali

ART.9 – Il contratto di sponsorizzazione

ART.10 – Le offerte con carattere di mecenatismo

ART.11 – Utilizzo di risparmi di spesa derivanti da sponsorizzazioni

ART.12 – Aspetti fiscali

ART.13 – Incarico ad agenzia specializzata

Art. 1 – Oggetto del Regolamento

1. Il presente regolamento disciplina la stipula e la gestione di contratti di sponsorizzazione e di accordi di collaborazione relativi allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di Azzano Mella, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 119 del TUEL, approvato con D.lgs 267/2000.

Art. 2 – Contenuto del contratto di sponsorizzazione

1. Mediante il contratto di sponsorizzazione, una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro od a fornire attività, beni o servizi, propri o acquisiti da terzi, a vantaggio del Comune che si impegna contestualmente a divulgare il nome dello sponsor associandone il nome, marchio e logo alla propria attività amministrativa ovvero alle iniziative destinate al pubblico.

Art. 3 – Contenuto dell'accordo di collaborazione

1. Mediante l'accordo di collaborazione, una parte (collaborante) si obbliga ad effettuare interventi di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune, che si impegna contestualmente a consentire, oltre al ritorno pubblicitario di cui all'articolo precedente, anche la realizzazione di una redditività specifica, attraverso la fornitura di attività, beni, servizi caratterizzati da capacità redditizia.

Art. 4 – Ambito di applicazione dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

1. Il Comune di Azzano Mella può realizzare contratti di sponsorizzazione in relazione ad iniziative o progetti di carattere culturale o sportivo; di valorizzazione del patrimonio comunale (quale interventi di manutenzione, fornitura di arredo urbano, gestione aree verdi, ecc.); di restauro e recupero conservativo di beni artistici o ambientali, di Protezione Civile e di Lavori Pubblici ovvero inerenti qualunque altra attività di rilevante interesse pubblico.

2. Per gli accordi di collaborazione sono attività privilegiate:

1. la concessione di edifici in degrado o in disuso a soggetti privati i quali provvedono a recuperarli e ad utilizzarli, anche per proprie sedi, per il tempo necessario ad ammortizzare, attraverso i normali costi di locazione, le spese sostenute;
2. il restauro e recupero di beni pubblici, appartenenti al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune, e relativa gestione (impianti sportivi, spazi espositivi, istituzioni culturali, ecc.) per l'utilizzo dei quali è comunemente previsto il pagamento di una tariffa.

3. I contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione rappresentano pertanto strumenti tramite i quali il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie o strumentali (beni, forniture, servizi, opere e lavori pubblici).

Art. 5 – Vincoli, condizioni e diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione e di collaborazione di cui ai precedenti articoli 3 e 4:

1. devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, senza mai alterare il ruolo di neutralità ed imparzialità dell'Amministrazione Comunale;
2. devono produrre risparmi di spesa;
3. devono essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione (commercio, lavori pubblici, servizi, ecc.).

2. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

1. ritenga che dalla stessa possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
2. consideri il messaggio pubblicitario non consono alla propria immagine ovvero causa di possibile pregiudizio alle proprie iniziative.

3. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

1. propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
2. pubblicità di tabacchi, prodotti superalcolici o che possano nuocere alla salute delle persone e dell'ambiente;
3. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 6 – Fase della iniziativa

1. Le sponsorizzazioni e gli accordi di collaborazione possono avere origine per:

1. iniziativa spontanea dell'Amministrazione Comunale;
2. iniziativa di soggetti privati ed associazioni senza fini di lucro in possesso dei requisiti di legge per contrattare con le pubbliche amministrazioni.

2. Le iniziative di cui al precedente comma sono formalizzate ed autorizzate mediante l'inserimento nel Piano Annuale degli obiettivi dei Responsabili di Area ovvero, in corso di esercizio, con apposite deliberazioni della Giunta Comunale.

3. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime per una singola iniziativa.

Art. 7 – Procedura di scelta dello sponsor

1. La selezione degli sponsor potenziali è effettuata mediante pubblicazione di apposito avviso, approvato con determinazione del Responsabile apicale competente, il quale provvede altresì ad approvare specifico progetto o capitolato in riferimento agli interventi, servizi, prestazioni, beni, lavori o attività oggetto di sponsorizzazione.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità attraverso pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito del Comune e, se ritenuto utile dal Responsabile apicale in relazione alla natura specifica dell'iniziativa, mediante invio alle associazioni di categoria o con altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione. Le sponsorizzazioni potranno essere reperite anche con procedimenti semplificati in rapporto alla tenuità del valore, non superiore a 10.000 euro, mediante comunicazione dell'avviso ai soggetti interessati, a seconda del tipo di progetto e di iniziativa, nel rispetto del criterio di trasparenza e par condicio.

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

1. l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
2. i vantaggi per lo sponsor (platea potenziale, bacino di diffusione del messaggio pubblicitario, ecc.);
3. l'esatta determinazione dello "spazio" o del veicolo pubblicitario offerto, vale a dire gli impegni dell'Amministrazione per la promozione del marchio, nome, logo dello sponsor e la durata della pubblicità;
4. gli obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto o capitolato di sponsorizzazione;
5. i criteri di valutazione delle offerte, stabiliti in relazione alla tipologia dell'intervento;
6. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

4. Il Responsabile del Servizio interessato potrà prescindere dalla pubblicazione dell'avviso ove dia adeguata motivazione che:

1. l'iniziativa riguarda lavori, forniture, beni e servizi che, per ragioni di natura tecnica o artistica o attinenti alla tutela di diritti esclusivi, possono essere offerti da un solo soggetto, con quelle specifiche caratteristiche;
2. l'urgenza dell'iniziativa non è compatibile con la procedura di cui al comma 2°;
3. ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congrua la procedura di cui al comma 2°.

5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e contenere:

1. il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
2. l'accettazione delle condizioni previste dal progetto o capitolato di sponsorizzazione;
3. l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti o conseguenti il messaggio pubblicitario;
4. le certificazioni attestanti l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 689/1981;
5. l'eventuale presenza di codici deontologici aziendali contenenti indicazioni rilevanti ai fini delle sponsorizzazioni.

6. Anche qualora l'iniziativa provenga da privati o soggetti terzi, il Comune garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza, al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili offerte migliorative, nel rispetto del criterio di trasparenza e di par condicio.

7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile apicale dell'area interessata, sulla base dei criteri definiti nell'avviso di sponsorizzazione. Il medesimo procede all'assegnazione dello spazio pubblicitario previsto per la singola iniziativa, previo parere della Giunta Comunale, relativamente all'assenza delle circostanze preclusive di cui al 2° e 3° comma dell'art. 5.

8. Gli accordi di collaborazione di cui al precedente art. 3, stante la loro natura di più spiccata valenza economica e di interesse imprenditoriale, saranno oggetto di apposita gara da realizzarsi nella forma dell'appalto-concorso ovvero della licitazione privata (procedura ristretta) tra i soggetti che ne abbiano fatto valida richiesta a seguito della pubblicazione di apposito avviso.

Art. 8 – Compiti specifici dei Responsabili apicali

1. Acquisito il parere della Giunta Comunale, di cui all'articolo precedente, le successive fasi attuative e gestionali e le opportune verifiche in ordine alla correttezza di esecuzione degli adempimenti convenuti, rimangono nell'esclusiva competenza del Responsabile apicale.

Art. 9 – Il contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione per accettazione da parte degli sponsor del presente Regolamento, che costituisce parte integrante di un apposito contratto nel quale sono stabiliti:

1. il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario ed alla diffusione della sua immagine, con tutte le norme di dettaglio in ordine alle modalità della pubblicizzazione convenuta;
2. il valore della sponsorizzazione;
3. la durata del contratto;
4. gli obblighi assunti dallo sponsor;
5. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

2. Ove il contratto preveda l'esecuzione di lavori, da parte dello sponsor, per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica, lo sponsor che effettua direttamente tali lavori, ovvero i soggetti eventualmente dal medesimo individuati quali esecutori degli stessi, devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 10 – Le offerte con carattere di mecenatismo

1. Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati, enti e soggetti nelle quali il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue, predominando l'aspetto di un contratto a prestazioni unilaterali, con la prevalenza di profili di "mecenatismo" da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 11 – Utilizzo di risparmi di spesa derivanti da sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati dalle sponsorizzazioni che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto sono considerate risparmi di spesa.

2. I risparmi di spesa di cui al comma precedente sono utilizzati per le seguenti finalità:

1. nella misura del 50% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali;
2. la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.

3. L'assegnazione e ripartizione agli interessati dei proventi di cui al precedente comma, punto n. 1, saranno effettuate sulla base del vigente CCNL e dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata.

Art. 12 – Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione o accordo di collaborazione corrisponde all'importo definito nel contratto, con applicazione IVA ad aliquota del 20%.

2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio e veicolo pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma precedente.

Art. 13 – Incarico ad agenzia specializzata

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

2. È tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzia specializzata nel campo pubblicitario, anche a titolo provvisorio o a carattere sperimentale.