



COMUNE DI FIESSO D'ARTICO

<p>REGOLAMENTO SPONSORIZZAZIONI E ACCORDI DI COLLABORAZIONE</p>
--

Approvato con Deliberazione di C.C. n. 49 del 23.12.2013

Art. 1 – Oggetto

Il presente Regolamento disciplina la stipulazione di contratti di sponsorizzazione e accordi di collaborazione con soggetti privati, per attività e iniziative di interesse collettivo, secondo le finalità indicate nel successivo art. 4, nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 3.

Art. 2 - Normativa applicabile

La sottoscrizione dei contratti di sponsorizzazione e delle convenzioni regolative degli accordi di collaborazione avviene nell'ambito della libertà negoziale prevista dal Codice Civile (art. 1322/1), compatibilmente con le disposizioni dettate dalle seguenti normative:

art. 43 della legge 449/1997;

art. 119 del D.Lgs. 267/2000;

art. 26 Codice dei Contratti, D. Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii.;

art. 11 Legge n. 241/1990 e ss.mm.ii.;

Art. 3 – Settori d'intervento

1. Il Comune può sottoscrivere contratti di sponsorizzazione in relazione ai seguenti ambiti d'intervento generali:

- attività culturali, spettacolari e del tempo libero, di differente tipologia;
- attività sportive;
- attività nel campo sociale e di assistenza alla persona;
- attività di promozione turistica;
- attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali, compresa l' esecuzione di scavi archeologici;
- attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- attività inerenti i Lavori Pubblici;
- attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- attività inerenti la Protezione Civile;
- ogni altra attività di interesse collettivo.

2. In particolare le sponsorizzazioni potranno riguardare:

- a) i lavori di cui all'allegato I del Codice dei Contratti D. Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii.;
- b) gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42;
- c) i servizi di cui all'allegato II, del Codice dei Contratti D. Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii.;
- d) le forniture disciplinate dal Codice dei Contratti D. Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii.;

Art. 4 – Finalità

1. L'Amministrazione si avvale di contratti di sponsorizzazione e di accordi di collaborazione per le seguenti finalità:

- realizzare maggiori economie di spesa, anche nel rispetto del patto di stabilità interno di cui all'art. 28 della legge 23 dicembre 1998, n. 448, e ss.mm.ii.;
- migliorare la qualità dei servizi prestati;
- favorire l'innovazione nell'organizzazione amministrativa;
- ogni altra finalità di valenza collettiva.

2. Le iniziative di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici ed escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

Art. 5 - Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:

a) per "**contratto di sponsorizzazione**":

un contratto di pubblicità commerciale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l'Amministrazione Comunale (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi individuati, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili dello sponsor, secondo le condizioni contrattuali previste, a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro (sponsorizzazione monetaria) o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore dell'Amministrazione Comunale (sponsorizzazione tecnica).

b) per "**sponsorizzazione**":

ogni corrispettivo in denaro (sponsorizzazione monetaria), ovvero ogni prestazione diretta o indiretta (sponsorizzazione tecnica), proveniente dallo sponsor allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno d'immagine tramite la stipulazione di un contratto di pubblicità commerciale;

c) per "**sponsor**":

i soggetti di natura commerciale, in forma singola o collettiva, che intendano stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Fiesso d'Artico, a fronte delle azioni volte a garantire la visibilità del marchio via via previste;

d) per "**sponsee**":

si intende il Comune di Fiesso d'Artico beneficiario delle sponsorizzazioni;

e) per "**spazio pubblicitario**":

lo spazio fisico o virtuale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione del marchio dello Sponsor messo a disposizione dal Comune di Fiesso d'Artico .

f) per "**accordo di collaborazione**":

si intende ogni ipotesi di accordo, nato ad iniziativa congiunta tra l'Amministrazione e un soggetto pubblico o privato, individuale o collettivo, che si proponga di realizzare progetti e iniziative congiunte di interesse collettivo nell'ambito dei settori d'intervento di cui al precedente art. 3.

Art. 6 - Esclusioni

Ai fini del presente Regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta, a titolo di liberalità, a favore dell'Amministrazione di somme di denaro (erogazioni liberali in forma monetaria), di beni o di servizi (erogazioni liberali in forma tecnica) non caratterizzati da un rapporto sinallagmatico di prestazione e controprestazione.

Art. 7 – Norme per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor, dello stemma dello sponsee

1. I contratti di sponsorizzazione devono includere le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela del marchio dello sponsor e dello stemma dello sponsee, con specificazione delle modalità di utilizzo dei loghi e dei segni distintivi, rispettivamente dello sponsor e dello sponsee, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

2. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "sponsorizzante o sponsee" ovvero di quello "collaborante o sponsor" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine del Comune di Fiesso d'Artico.

3. L'Amministrazione comunale può definire, di volta in volta, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi.

Art. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. L'Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati.

In particolare le iniziative o gli interventi devono essere:

a) inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale; in questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di spesa a carico del bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;

b) inserite in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è vincolata all'attivazione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lett. a);

- c) conseguenti a proposte definite in corso d'anno dalla Giunta Comunale, anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.
2. L'Amministrazione concorda con lo sponsor il valore di riferimento delle sponsorizzazioni che intende attivare, in considerazione delle caratteristiche e delle potenzialità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento; tale valore deve risultare congruo rispetto il corrispondente valore di pubblicità commerciale attribuito al veicolo promozionale impiegato.

Art. 9 – Indirizzi generali per la scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor avviene, di norma, con procedure ad evidenza pubblica, secondo modalità che tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione, tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati.
2. Per la scelta dello *sponsor* si applicano i principi del Trattato della Comunità Europea, nonché le disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto nei relativi settori tecnici d'intervento; in tali ambiti l'Amministrazione impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, nonché alla direzione ed esecuzione del contratto.
3. La modalità di scelta del contraente è commisurata al valore della sponsorizzazione ed avviene secondo le procedure specifiche di cui ai successivi articoli.

Art. 10 - Modalità di affidamento per sponsorizzazioni di importo inferiore alla soglia comunitaria

a) Beni e servizi

a1) fornitura di beni e servizi fino ad € 40.000,00 (iva esclusa): l'Amministrazione può affidare la sponsorizzazione direttamente al soggetto proponente.

a2) fornitura di beni e servizi oltre ad € 40.000,00 (iva esclusa) fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria: l'Amministrazione provvede all'affidamento con procedura negoziata mediante gara ufficiosa con invito di almeno cinque concorrenti. L'invito alla gara ufficiosa, inviato anche tramite fax o altre forme di trasmissione telematica, deve prevedere un termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 15 giorni e deve specificare che l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa, tenuto conto del valore della sponsorizzazione offerta e degli spazi pubblicitari richiesti o di altri elementi ritenuti idonei a qualificare l'offerta economicamente più vantaggiosa.

b) Opere pubbliche:

b1) fornitura di opere pubbliche, e relative progettazioni fino ad € 200.000,00 (iva esclusa) l'Amministrazione può rivolgersi direttamente al soggetto che ha offerto la sponsorizzazione.

b2) fornitura di opere pubbliche, e relative progettazioni oltre € 200.000,00 (iva esclusa) fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa preceduta da un avviso pubblico. L'avviso è pubblicato all'Albo Pretorio, sul sito internet del Comune e per estratto su almeno un quotidiano locale ovvero in alternativa attraverso comunicato stampa da inviare ai quotidiani locali. Sono ammesse ulteriori modalità da individuarsi in relazione ai potenziali interessati alla gara. L'avviso pubblico deve indicare: l'oggetto della sponsorizzazione, i requisiti necessari per partecipare alla gara ufficiosa, il termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 15 giorni e deve specificare che l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa, tenuto conto del valore della sponsorizzazione offerta e degli spazi richiesti o di altri elementi ritenuti idonei a qualificare l'offerta economicamente più vantaggiosa.

c) Beni e servizi con carattere di unicità

E' ammesso l'affidamento diretto di sponsorizzazioni tecniche, previa adeguata motivazione, nelle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche richieste.

Art 11 - Modalità di affidamento per sponsorizzazioni di importo superiore alla soglia comunitaria

1. Per le sponsorizzazioni di importo previsto oltre la soglia comunitaria (IVA esclusa), la scelta dello sponsor avviene previo esperimento di procedura ad evidenza pubblica secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, nel rispetto di quanto previsto dall'art. 26 del D. Lgs 163/2006 e ss.mm.ii.
2. I soggetti presentano le proprie offerte nel rispetto delle modalità e dei termini fissati dal bando di gara.
3. Il bando di gara stabilisce i criteri di valutazione e precisa il valore ponderale attribuito a ciascuno di essi.
4. La valutazione è demandata ad una commissione giudicatrice composta di tre membri nominata con propria determinazione dal dirigente competente.

Art. 12 - Sponsorizzazioni miste

1. Per quanto riguarda forme di sponsorizzazione che prevedano la contemporanea offerta di diverse categorie di forniture (beni – servizi – lavori) l'importo a cui fare riferimento per l'applicazione del presente Regolamento è dato dalla somma dei valori delle singole fattispecie.
2. Nel caso di sponsorizzazione plurima tale limite va riferito all'intervento dei singoli sponsor.
3. Le prestazioni lavorative, ovvero le forniture di beni o servizi, oggetto della sponsorizzazione, dovranno essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione (commercio, lavori pubblici, servizi, ecc.)

Art. 13 - Sponsorizzazioni di Beni Culturali

Relativamente ai contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali e paesaggistici, così come definiti nel Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n.42 "Codice dei beni culturali e del paesaggio", si procede ai sensi di quanto previsto dal cd "Codice degli appalti" - D.Lgs n. 163 / 2006 e ss.mm.ii.

Art. 14 - Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) la qualificazione delle parti contraenti
 - b) l'oggetto del contratto e la finalità
 - c) la durata del contratto
 - d) l'importo economico della sponsorizzazione (iva esclusa) e le relative modalità di pagamento;
 - e) le modalità di svolgimento della sponsorizzazione
 - f) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor e dall'Amministrazione e la definizione dei rapporti reciproci
 - g) le modalità di controllo da parte dell'Amministrazione
 - h) l'indicazione degli spazi o forme pubblicitarie consentiti allo sponsor
 - i) la definizione degli aspetti fiscali
 - j) le responsabilità dello sponsor
 - k) le cause e le modalità di revoca del contratto
 - l) il divieto di cessione contrattuale
2. Nel caso di sponsorizzazioni riguardanti la realizzazione di opere pubbliche, compresa la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori, i relativi contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
3. Nel contratto di cui al precedente comma 2, devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Comunale intende inserire.

4. E' di competenza dell'Amministrazione Comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo nonché i collaudi ivi compresi quelli in corso d'opera.

5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 15 - Garanzie

1. A garanzia dell'adempimento del contratto di sponsorizzazione l'Amministrazione nell'ambito del sub procedimento, può richiedere allo Sponsor, prima della sottoscrizione del contratto, la costituzione di apposita garanzia a favore dell'Amministrazione.

2. Nell'ipotesi di sponsorizzazione tecnica lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore di beni o servizi ovvero a realizzare l'opera, previo nulla osta dell'Amministrazione di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.

3. 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 sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 16 - Riserva organizzativa

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

2. E' tuttavia facoltà dell'Amministrazione, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, previo esperimento di procedura ad evidenza pubblica.

3. I requisiti di partecipazione alla selezione dovranno tenere conto dei seguenti elementi:

- volume d'affari dell'ultimo triennio;
- struttura organizzativa (numero dipendenti, filiali ecc.)
- precedenti incarichi di reperimento delle sponsorizzazioni per gli enti pubblici e/o soggetti privati;
- curriculum professionale degli agenti.

4. L'offerta economica verrà valutata sulla base del compenso richiesto, da esprimersi in termini di percentuale sul fatturato da sponsorizzazioni procacciate (*royalties*), in base alla tipologia delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.

Art. 17 - Accordi di collaborazione

1. La stipulazione di accordi di collaborazione, come definiti all'art. 5 del presente Regolamento, avviene mediante la formula della convenzione.

2. Nella convenzione sono definiti gli impegni e gli oneri a carico di ciascun soggetto per la realizzazione dell'iniziativa oltre alle responsabilità reciproche; tale forma di collaborazione esula dal regime dei contratti a prestazioni corrispettive.

3. Nel caso in cui nell'ambito della collaborazione si configurino fattispecie di sponsorizzazione come definite all'art. 5 del presente Regolamento, legate ad aspetti di pubblicità del marchio di un soggetto commerciale, l'accordo verrà concluso sotto la forma di contratto a prestazioni corrispettive.

Art. 18 - Aspetti fiscali

1. L'Amministrazione dà atto nel rapporto contrattuale con lo Sponsor che il corrispettivo della sponsorizzazione è soggetto ad imposta I.V.A. ai sensi del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e ss.mm.ii..

2. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa o con una quota della stessa, in relazione alla totale o parziale copertura della spesa prevista con la sponsorizzazione.
3. La disciplina sull'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni, servizi e opere; in tal caso si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo quanto previsto dall'art. 13 D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.
4. In tal caso sia l'Amministrazione che lo sponsor devono emettere fattura, indicando il valore dell'intervento o della prestazione o della fornitura ed assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA (valore normale dei beni e servizi ex art. 13, 2° comma, lett. d), D.P.R. n.633/72). In particolare la fattura emessa dall'Amministrazione deve essere rapportata al valore commerciale o ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi.

Art. 19 - Aspetti contabili

1. Le risorse provenienti dal contratto di sponsorizzazione sono inserite nel bilancio di previsione ad inizio anno, o durante l'anno con successiva variazione, sulla base di criteri prudenziali.
2. I proventi derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono contabilizzati tra le entrate extratributarie. Le spese derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono contabilizzate, secondo la natura corrispondente, nella funzione/servizio interessati dall'iniziativa di sponsorizzazione.
3. Al fine di garantire la massima trasparenza delle iniziative di sponsorizzazione e supportare gli adempimenti fiscali, nel bilancio finanziario vengono rilevate le operazioni permutative.
4. Le risorse individuate quali minori spese, e consistenti nella fornitura da parte dello sponsor di beni durevoli, sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto di ammortamento economico.
5. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono altresì contabilizzate nel rendiconto, parte finanziaria di cui conto del bilancio e parte economico-patrimoniale, di cui conto del patrimonio e conto economico, nel rispetto della normativa e dei principi contabili vigenti.

Art. 20 - Verifiche e controlli

1. I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del settore competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti contrattuali.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor a cui deve essere richiesto l'adempimento in forma specifica e l'eventuale risarcimento del danno.

Art. 21 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti da contratti di sponsorizzazione

1. I risparmi di spesa o i proventi finanziari derivanti dai contratti di sponsorizzazione o accordi di collaborazione:
 - potranno essere utilizzati quali implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, nonché ad incremento della retribuzione di risultato del personale in posizione organizzativa, in base a criteri fissati dalla contrattazione decentrata e nel rispetto della normativa in materia di personale.
 - la restante quota costituirà economia di bilancio.
2. Qualora la sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione avvenga con la cessione di beni, prestazione di servizi o la realizzazione di opere di interesse pubblico, la quota di cui al comma 1 si calcola sul valore dei beni, servizi o opere sulla base di una certificazione dell'Ufficio competente.

Art. 22 - Dichiarazioni

I soggetti sponsor affidatari del contratto di sponsorizzazione devono dichiarare nell'ambito del procedimento preliminare alla conclusione del contratto:

- la non appartenenza a organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- l'inesistenza dello stato di fallimento, liquidazione coatta o concordato preventivo o di procedure concorsuali in corso, per la dichiarazione di una delle suindicate situazioni;
- di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili, ai sensi della Legge n. 68/99 e ss.mm.ii., ovvero, di non essere tenuti al rispetto delle norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili;

- che non sono state comminate sanzioni interdittive che importino il divieto di contrattare con la Pubblica Amministrazione o il divieto di pubblicizzare i propri beni o servizi, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità medesima;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla normativa antimafia o dalla sottoposizione a misure di prevenzione.

Art. 23 - Casi di esclusione delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare la sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga che dalla stessa 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) reputi la sponsorizzazione incompatibile con le proprie finalità.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) promozione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, gioco d'azzardo, materiale pornografico o a sfondo sessuale, armi;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo;
3. L'Amministrazione, con deliberazione della Giunta Comunale, adeguatamente motivata, può rifiutare le sponsorizzazioni che pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi siano ritenute in contrasto con le proprie finalità.

Art. 24 - Norme finali

1. Per tutto quanto non disciplinato nel presente Regolamento vale la normativa nazionale e regionale in materia.
2. Il presente Regolamento entra in vigore il primo febbraio 2014, con la contestuale abrogazione di ogni altro antecedente provvedimento incompatibile con lo stesso.