



COMUNE DI BRUSCIANO

PROVINCIA DI NAPOLI

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Delibera di Consiglio Comunale n. 19 del 20 luglio 2012

INDICE

ART. 1	
OGGETTO, FINALITA' E VINCOLI.....	PAG.2
ART. 2	
DEFINIZIONI.....	PAG.2
ART. 3	
CONTENUTO.....	PAG. 2
ART. 4	
ITER PER LA REALIZZAZIONE DI SPONSORIZZAZIONI.....	PAG.3
ART. 5	
SCELTA DELLO SPONSOR.....	PAG. 3
ART.6	
FORMA E CONTENUTI DELL'OFFERTA.....	PAG. 4
ART. 7	
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI, VERIFICHE E CONTROLLI.....	PAG. 4
ART. 8	
UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI.....	PAG. 5
ART. 9	
CASI ESCLUSI.....	PAG.5
ART.10	
TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI.....	PAG.5
ART. 11	
DISPOSIZIONI FINALI.....	PAG.6

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ARTICOLO 1 OGGETTO, FINALITA' E VINCOLI

1. Oggetto del presente regolamento è la disciplina delle condizioni e degli 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, al fine di consentire la ricerca e il reperimento di risorse autonome, per sviluppare nuovi programmi, favorire i percorsi di innovazione, realizzare economie di spesa e una migliore qualità dei servizi erogati alla collettività, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Brusciano.
2. 1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai vincoli di cui all'art.43 della legge 449/1997 e precisamente:
 - a) perseguimento di interessi pubblici;
 - b) esclusione di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - c) compatibilità con la natura istituzionale del Comune;
 - d) garanzia della posizione di neutralità del Comune;
 - e) produzione risparmi di spesa o acquisizione di entrate.

ARTICOLO 2 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a sua volta a pagare un predeterminato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione in beni e servizi, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, nei modi previsti dal Contratto;
 - 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 utilizzabile per la fornitura di beni o la prestazione di servizi, la realizzazione di opere pubbliche e/o di interesse pubblico o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, il marchio, il prodotto dello sponsor;
 - d. per “sponsor”: il soggetto, 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.

ART. 3 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. La sponsorizzazione può realizzarsi a titolo esemplificativo ma non esaustivo, finanziando 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 semplificativo 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;
 - f) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche;
 - g) realizzazione di mostre, concerti e spettacoli;
 - h) 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.
3. 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; 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. 4

ITER PER LA REALIZZAZIONE DI SPONSORIZZAZIONI

L'iter procedurale per addivenire alla conclusione di un contratto di sponsorizzazione si articola attraverso le seguenti fasi:

- 1) Elaborazione di un progetto di sponsorizzazione per una finalità specifica da parte del Responsabile di servizio; l'iniziativa deve essere espressamente autorizzata dalla Giunta, su proposta del competente Responsabile di servizio, con l'adozione di uno specifico atto deliberativo di indirizzo;
- 2) Adozione da parte del Responsabile di servizio competente per materia di una determinazione per l'avvio della procedura di sponsorizzazione e per la contestuale approvazione del relativo "avviso", oppure della lettera invito, ove previsti;
- 5) Avvio della procedura di sponsorizzazione mediante pubblicazione del relativo "avviso" oppure attraverso spedizione della lettera invito, ove previsti;
- 6) Riunione della Commissione di gara, composta dal Responsabile e da due dipendenti del settore competente, valutazione delle offerte, verbalizzazione delle operazioni e formazione di una graduatoria in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor.
- 7) Adozione, da parte del competente Responsabile di servizio, di una determinazione di presa d'atto del verbale di selezione e conseguente assegnazione della sponsorizzazione;
- 8) Sottoscrizione di un contratto di sponsorizzazione tra lo Sponsor e l'Ente, per la disciplina dei reciproci obblighi e diritti;
- 9) Fatturazione secondo quanto disciplinato nel contratto di sponsorizzazione.

ARTICOLO 5

SCELTA DELLO SPONSOR

1 La scelta dello sponsor è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione; quando i lavori, i servizi, le forniture sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor per importi superiori a quarantamila euro, si applicano i principi del *Trattato europeo per la scelta dello sponsor* nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.

2. In particolare, si procederà all'affidamento nei modi seguenti:

- a) Contratti di importo pari o inferiore a € 40.000,00: con “ procedura aperta, previa pubblicazione di apposito bando”.
- b) Contratti di importo superiore a € 40.000,00 e sino a € 100.000,00: il Responsabile dell'Area Amministrativa di competenza potrà di volta in volta valutare l'opportunità di procedere con procedura negoziata, mediante interpello a soggetti idonei con lettera invito, o con procedura aperta preceduta da avviso pubblico.
- c) Contratti di importo pari o superiore a € 100.000,00: con procedura aperta preceduta da avviso pubblico.

3. All'avviso pubblico è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio e inserimento nel sito internet del Comune; inoltre, è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione.

4. L'avviso pubblico o la lettera invito devono contenere i seguenti dati minimi:

- a. l'iniziativa, in occasione della quale si ricorre alla sponsorizzazione;

- b. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- c. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
- d. la durata della sponsorizzazione;
- e. le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
- f. i criteri di scelta dello sponsor.

ART.6 FORMA E CONTENUTI DELL'OFFERTA

1. L'offerta, corredata da documento d'identità del sottoscrittore, deve essere presentata nelle forme e nei modi prescritti dall'avviso o dalla lettera invito e deve indicare i seguenti contenuti minimi:
 - 1) l'esatta identificazione del proponente: ragione sociale della ditta e generalità complete del legale rappresentante (data e luogo di nascita, residenza, codice fiscale),
 - 2) il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - 3) il corrispettivo della sponsorizzazione.
2. All'offerta deve essere allegata un'autocertificazione con la quale il proponente, a seconda della sua natura giuridica, dichiara:
 - a. i dati relativi alla iscrizione alla Camera di Commercio;
 - b. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
 - c. i dati relativi ai certificati del Casellario giudiziale e dei carichi pendenti;
 - d. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - e. la regolarità contributiva;
 - f. la regolarità con gli obblighi relativi al pagamento delle imposte e delle tasse, secondo la legislazione italiana o quella del paese in cui sono stabiliti.
 - g. di avere, in generale, la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - h. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - i. l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
3. Nel caso l'offerta sia presentata da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 2 riferita a sé stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza. Nel caso l'offerta sia presentata da un ente pubblico, alla stessa deve essere allegata un'autocertificazione, firmata dal proponente, con la quale si dichiara:
 - a. il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - b. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

ARTICOLO 7 GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI, VERIFICHE E CONTROLLI

1. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto che 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 definizione degli aspetti fiscali;
 - e) le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
 - f) la disciplina di eventuali contenziosi e le cause di recesso.
 - g) il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - h) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - i) la durata del contratto di sponsorizzazione;

- l) il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
- m) la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
- 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.
- 3. 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. 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*.
- 4. 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.

ARTICOLO 8 UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

- 1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.

ARTICOLO 9 CASI ESCLUSI

- 1. Il Comune rifiuta qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:
 - 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 proprie iniziative;
 - c. sia in corso con l'offerente una controversia legale;
 - d. reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.
- 2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c. messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ARTICOLO 10 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 dal D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.
- 3. Titolare del trattamento è il Comune di Brusciano in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.
- 4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'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.

ARTICOLO 11 DISPOSIZIONI FINALI

- 1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi indicati dal presente regolamento; è facoltà del Comune, qualora si 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.

2. Il presente regolamento viene approvato con riferimento alle disposizioni contenute nell'articolo 43 della Legge 27.12.1997, n. 449 (legge finanziaria per il 1998), alle disposizioni dell'articolo 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267 (T.U. sull'ordinamento degli enti locali), e alla normativa applicabile in generale a tutta la materia delle sponsorizzazioni.