

PREMESSA

Il contratto di sponsorizzazione per l'Ente locale è senza dubbio un'occasione che il legislatore offre per perseguire l'innovazione, ma anche lo sviluppo degli enti territoriali e delle pubbliche amministrazioni in genere. I sempre maggiori tagli ai trasferimenti statali e regionali, che ormai da anni vanno ad incidere negativamente sulle casse delle amministrazioni locali, sono un ulteriore stimolo alla ricerca di risorse finanziarie alternative. Le sponsorizzazioni sono forse uno dei migliori strumenti per poter sopperire a tali mancanze. Gli enti pubblici devono fare di più, in quanto attualmente l'utilizzo del contratto di sponsorizzazione è ancora limitato, soprattutto per la mancanza di dinamicità, e voglia di "sperimentare". Questo è sottolineato anche dal fatto che la procedura amministrativa per la gestione delle sponsorizzazioni ha una disciplina ormai certa e perfettibile attraverso l'adozione di un Regolamento interno in materia, per cui il ricorso al contratto di sponsorizzazione potrebbe dare sviluppo quantitativo e qualitativo ai beni e ai servizi offerti alla comunità amministrata.

COMUNE DI ARENZANO

REGOLAMENTO SULLA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

INDICE

- ART. 1- Norme generali di riferimento
- ART. 2 - Finalità
- ART. 3 - Ambito d'applicazione
- ART. 4 - Definizioni
- ART. 5 - Contenuto
- ART. 6 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni
- ART. 7 - Vincoli
- ART. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- ART. 9 - Sistema di scelta dello sponsor
- ART. 10 - Determinazione a contrattare e contenuti
- ART. 11 - Contratto
- ART. 12 - Diritto di rifiuto
- ART. 13 - Affidamento del contratto
- ART. 14 - Procedura per affidamento di incarico di ricerca di *sponsor*
- ART. 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti
- ART. 16 - Aspetti contabili e fiscali
- ART. 17 - Verifiche e controlli
- ART. 18 - Trattamento dei dati personali
- ART. 19 - Rinvio
- ART. 20 - Disposizioni finali

**Approvato con deliberazione di Consiglio comunale
n. 15 del 21/03/2012**

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 n. 449 in data 27 dicembre 1997 con le successive modifiche e integrazioni, dell'articolo 119 del Decreto Legislativo n. 267 in data 18 agosto 2000 con le successive modifiche e integrazioni e dell'art. 26 Decreto Legislativo n. 163 in data 12 aprile 2006 con le successive modifiche e integrazioni.
2. L'Amministrazione Comunale può stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile, al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati.
3. Le norme del presente Regolamento Comunale costituiscono la disciplina per la stipula di contratti di sponsorizzazione e, più in generale, per la conclusione di speciali accordi di collaborazione, afferenti allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di Arenzano, per le finalità indicate nel successivo articolo 2, nei settori e nei campi di intervento di cui ai successivi articoli 5 e 6.

ART. 2 - Finalità

1. Il contratto di sponsorizzazione, secondo il codice civile, è un "contratto atipico a forma libera di natura patrimoniale a prestazioni corrispettive (sinallagmatico), in forza del quale lo sponsorizzato (o "sponsee") si obbliga a consentire ad altri (lo "sponsor") l'uso della propria immagine pubblica e del proprio nome, per promuovere un marchio o un prodotto specificamente marcato, dietro corrispettivo che può sostanziarsi in una somma di denaro, in beni o servizi ovvero in entrambi, da erogarsi da parte dello sponsor, direttamente o indirettamente".
2. Le iniziative di sponsorizzazione incentivano e promuovono l'innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente al fine di:
 - a) realizzare maggiori economie di spesa;
 - b) migliorare la qualità dei servizi istituzionali erogati alla collettività.
 - c) incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
 - d) altre finalità da definire, anche a scopo sociale e umanitario, che facciano propri i citati punti a), b), c).
3. 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 n. 163 in data 12/4/2006 con le successive modifiche e integrazioni "Codice dei contratti pubblici" (di seguito Codice).
4. 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 n. 241 in data 7 agosto 1990 con le successive modifiche

e integrazioni 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. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti privati, singoli cittadini e/o figure giuridiche riconosciute dalla legge, sia con associazioni senza fini di lucro, per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova realizzazione inseriti, oppure da inserire, nei programmi di spesa, ordinari o straordinari, per i quali è previsto o prevedibile il finanziamento a carico del bilancio dell'Ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale, parziale, o programmatica, rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dello sponsor e/o dello sponsee, senza oneri per l'Ente, ovvero con oneri ridotti.

ART. 4 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a. per **“contratto di sponsorizzazione”**: (di seguito "Contratto") un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative turistiche, culturali, sportive, sociali, ricreative e altro, ad un terzo (sponsor) che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire beni o 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 **“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 nome, il logo, il marchio, il prodotto dello sponsor;
- d. per **“sponsorizzazione tecnica”**: il corrispettivo è costituito precipuamente da forniture di beni o servizi necessari allo svolgimento delle attività programmate dall'Amministrazione Comunale;
- e. per **“sponsor”**: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che 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;
- f. 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 (nel caso il Comune di Arenzano).

g. 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;

h. per **"veicolo pubblicitario"**: l'opera o la prestazione attraverso l'esecuzione della quale lo "sponsor" produce il beneficio conseguente alla sponsorizzazione; esso non necessariamente include la individuazione di uno "spazio pubblicitario";

i) per **"mecenatismo"** s' intende un aiuto da parte del mecenate (erogazione liberale in denaro, donazione beni mobili o immobili, attribuzione di diritti d'uso diversi), senza che a tale impegno corrisponda l'obbligo di una prestazione corrispettiva.

ART. 5 - Contenuto

1. Il **contratto di "sponsorizzazione"** determina, a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro, ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune di Arenzano, le modalità con cui questo Ente si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.

2. Il **contratto di "accordi di collaborazione"** determina, a fronte di investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune, oltre al ritorno pubblicitario, la possibilità economica di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune a favore del soggetto cosiddetto collaborante, da concretizzarsi in forniture di servizi e di beni caratterizzati da potenzialità di redditività.

3. Con il contratto di sponsorizzazione il soggetto privato contribuisce all'iniziativa o all'attività dell'ente pubblico normalmente con un contributo finanziario diretto, o spesso anche con una sponsorizzazione tecnica, mentre con l'accordo di collaborazione si cerca di coinvolgere il soggetto privato nella gestione dell'attività amministrativa pubblica chiedendone la partecipazione anche e soprattutto in termini organizzativi.

4. 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.

5. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:

- a. la fornitura di beni/materiale/attrezzature;
- b. la gestione di un'opera/area;
- c. la realizzazione di un'opera o lavoro;
- d. la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
- e. un contributo in denaro.

6. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:

- a. l'attuazione di eventi turistici, sportivi, ricreativi, culturali, di tempo libero, mostre, concerti e spettacoli;
- b. le attività nel campo sociale e di assistenza alla persona;
- c. la gestione di sportelli informa giovani, di uffici turistici, marketing e promozione territoriale;
- d. l'attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione, assistenza agli uffici di staff e ufficio stampa, realizzazione di periodici;

- e. l'utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori) o all'esterno (tabelloni, cassonetti, all'interno di impianti sportivi, ricreativi, ecc. ;
- f. l'utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (a titolo esemplificativo carta intestata, buste, sito internet, ecc.);
- g. la fornitura di beni, con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere, alla fornitura di arredo urbano, alla fornitura di materiale, attrezzature e beni sportivi, turistici e culturali;
- h. l'attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche, nonché il servizio di manutenzione inerente il miglioramento dell'assetto urbano e cimiteriale, il servizio di verde pubblico e di arredo urbano, il servizio di protezione civile.

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.
3. La sponsorizzazione tecnica e quella di finanziamento, in rapporto all'esecuzione di lavori sui beni culturali, è disciplinata dall'art. 199 bis del codice dei contratti pubblici.

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.
 - e. 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.), nel rispetto delle finalità di cui all'art. 2.
2. Sono in ogni caso categoricamente escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici e, materiale pornografico, ecc;
 - c. messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. La Giunta Comunale formula in corso d'anno indirizzi specifici al Responsabile di Area competente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
2. Il Responsabile di Area elabora i programmi ed i progetti per i quali si può fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nonché la loro necessaria quantificazione economico-finanziaria.
3. Sono ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione, iniziativa o progetto.

ART. 9 - Sistema di scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti procedure:
 - a. Contratti di importo pari o inferiore a € 40.000,00, con affidamento diretto ad un soggetto. Il Responsabile di Area potrà di volta in volta valutare l'opportunità di procedere ad una indagine di mercato fra almeno tre soggetti. Per indagine di mercato si intende l'analisi comparativa dei prezzi offerti sul mercato. Detta indagine non costituisce in nessun modo vincolo per il Comune.
 - b. Contratti di importo superiore a € 40.000,00 e sino a € 100.000,00, con procedura negoziata con bando;
 - c. Contratti di importo superiore a € 100.000,00 con procedura aperta.
2. La pubblicità, ove prevista, è effettuata all'Albo pretorio on line e sul sito istituzionale del Comune di Arenzano.
3. L'Amministrazione Comunale può prevedere, ai sensi dell'art. 64 del Codice, ulteriori forme di pubblicità in considerazione della specificità del singolo caso oggetto di sponsorizzazione.
4. Nell'ambito della scelta del contraente l'Amministrazione Comunale riconosce la possibilità che la sponsorizzazione avvenga per iniziativa di terzi. In questo caso il riconoscimento della utilità e della accettazione della proposta avviene con direttiva della Giunta Comunale alla quale seguirà, eventualmente, l'inserimento nel Piano operativo di gestione. La Giunta Comunale, con la citata direttiva, dà mandato al Responsabile di Area di formalizzare la proposta ricevuta ove ciò non sia incompatibile con norme imperative di legge.

ART. 10 - Determinazione a contrattare e contenuti

1. Il Responsabile di Area, in relazione a singoli progetti, avvia il procedimento con l'adozione di una determinazione a contrattare ai sensi dell'art.192 del decreto Legislativo n. 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. le modalità e i termini di presentazione delle offerte;

- c. i requisiti di partecipazione;
 - d. le modalità procedurali e i criteri di valutazione delle offerte;
 - e. le modalità di stipula del contratto;
 - f. la durata e il valore del contratto;
 - g. il valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;
 - h. lo schema di contratto;
3. Il criterio di selezione è quello dell'offerta economica più vantaggiosa di cui all'art. 83 del Codice, secondo parametri predefiniti nell'avviso. Il Comune ha facoltà, in relazione a singoli progetti, di fissare criteri particolari di selezione.
4. Il Responsabile del procedimento è il Responsabile di Area competente fatta salva la nomina, da parte di quest'ultimo, di altro funzionario del proprio Settore.

ART. 11 - Contratto

1. Il contratto di sponsorizzazione stipulato dal Comune di Arenzano deve includere obbligatoriamente le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi (dello sponsor e dello sponsee) con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia. 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 definizione degli aspetti fiscali;
 - e) le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
 - f) la disciplina di eventuali contenziosi e le cause di recesso.
 - g) Le cause e le modalità di revoca del contratto
 - h) Il divieto di cessione contrattuale.
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 di pubblica autorità neutrale proprie del Comune di Arenzano.

ART. 12 - 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. sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto le finalità di seguito riportate a titolo indicativo e non esaustivo al precedente articolo 7 comma 2.

ART. 13 - Affidamento del contratto

1. La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal Responsabile di Area 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. 14 - Procedura per affidamento di incarico di ricerca di *sponsor*

1. Il Comune può, qualora non vi possa far fronte con personale in servizio e/o 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 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

1. La destinazione degli eventuali risparmi di spesa e degli introiti derivanti dalla conclusione dei contratti di cui al presente regolamento, sulla base delle norme della contrattazione collettiva nazionale e compatibilmente con le disposizioni in materia di contenimento della spesa pubblica, sono definiti nell'ambito della contrattazione decentrata.

ART. 16 - 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, 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. 17 - Verifiche e controlli

1. Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Responsabile di Area, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni contenute nel contratto.

Art. 18 - Trattamento dei dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 13 del decreto legislativo 196/2003 e successive modificazioni e integrazioni.

Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Arenzano in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in esecuzione della legge citata.

I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento, essi possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 19 - Rinvio

Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.

ART. 20 - Disposizioni finali

Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che comunque risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.

ART. 21 – Entrata in vigore

Il presente regolamento entrerà in vigore decorsi quindici giorni dalla sua pubblicazione all'albo pretorio on line del comune di Arenzano.