



COMUNE DI RUSSI

REGOLAMENTO COMUNALE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. _____ in data _____

INDICE

ART.1 OGGETTO E FINALITA'

ART. 2 DEFINIZIONI

ART. 3 SCELTA DELLO SPONSOR

ART. 4 PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 5 UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 6 DIRITTO DI RIFIUTO ALLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 7 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

ART. 8 ASPETTI FISCALI

ART.9 VERIFICHE E CONTROLLI

ART. 10 RISERVA ORGANIZZATIVA

ART. 11 SPESE CONTRATTUALI

COMUNE DI RUSSI

ART.1 OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art 43 della Legge 449/1997, nell'art 199 del T.U.E.L. approvato con D. Lgs 18 agosto 2000, n. 267 e ss. mm. ii., nell'art.19 e nell'art 151 del Codice dei Contratti Pubblici, approvato con D. Lgs n.50/2016 e ss. mm. ii. la possibilità di sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Russi.
2. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Russi.
4. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, pubblici e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni, denaro o attività inseriti nei programma di spesa 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, della prevista prestazione da parte dello sponsor, nonché nella acquisizione di nuove entrate.

ART. 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 fornire un predeterminato corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b) per **sponsorizzazione**, ogni contributo in beni o servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c) per **sponsor**, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d) per **spazio pubblicitario**, lo spazio fisico o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

ART. 3 SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor, per contratti di sponsorizzazione di importo superiore a 40.000 €, è effettuata a mezzo di **trattativa privata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso**.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione 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.
3. L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:
 - a) descrizione dell'iniziativa;
 - 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, nel caso siano presentate più offerte.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:
 - a) il bene, il servizio e l'immagine che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione.

5. All'offerta deve essere allegata una autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
 - a) di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
 - c) nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
 - d) di essere in possesso dei requisiti generali previsti dall'art. 80 del codice dei contratti (D.Lgs 50/2016);
 - e) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica, religiosa e a sette para-religiose.
6. Nel caso l'offerta sia fatta da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 5 riferita a sé stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.
7. L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni. L'offerta di sponsorizzazione, è approvata dal Responsabile dell'Area competente previa istruttoria sulla base dei criteri indicati nell'avviso;
8. Ove pervengano più offerte, con l'atto del Responsabile anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
9. La graduatoria è formata in base alle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor e nel progetto approvato dalla Giunta.
10. Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.
11. I contratti di sponsorizzazione possono inoltre essere attivati su iniziativa di terzi, secondo la disciplina indicata nell'art 4 c.5.

ART. 4 PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal responsabile dell'area competente sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal responsabile stesso;
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività del Comune, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente.
3. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:
 - a) il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione e l'eventuale possibilità di rinnovo;
 - d) il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
 - e) la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
4. 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
5. L'iniziativa può anche essere presentata da un soggetto terzo, proponente sponsor. In questo caso la valutazione della rispondenza all'interesse pubblico e alle finalità dell'Amministrazione è effettuata dalla giunta su proposta del responsabile di servizio competente per l'iniziativa stessa. Nel caso in cui la giunta riconosca l'interesse pubblico si procede secondo quanto indicato dall'art3c.1-10 riservando al proponente il diritto di prelazione nel caso in cui giunga una proposta ritenuta dall'amministrazione maggiormente favorevole.

ART. 5 UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

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

L'utilizzo di tali proventi è subordinato alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione al termine della procedura disciplinata nel presente regolamento.

ART. 6 DIRITTO DI RIFIUTO ALLE SPONSORIZZAZIONI

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, religiosa o da parte di sette para-religiose;
 - b) pubblicità diretta alla produzione e/o distribuzione di tabacco, bevande alcoliche distillate;
 - c) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - d) messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia o comunque lesive della dignità umana;
 - e) in contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti;
 - f) messaggi pubblicitari che creano pregiudizio o danno all'immagine del Comune.

ART. 7 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali acquisiti in applicazione del presente regolamento, saranno trattati dall'Ente esclusivamente per le finalità dallo stesso previste ed in osservanza delle disposizioni di cui al Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione dei dati.

Titolare del trattamento è il Comune di Russi in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.

ART. 8 ASPETTI FISCALI

1. Le iniziative derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono soggette alla vigente normativa in materia fiscale e in materia di tributi locali per la cui applicazione il presente Regolamento fa rinvio.
2. In relazione alla natura della prestazione resa a favore del Comune e del concreto vantaggio economico per l'Amministrazione comunale, si definiranno le opportune intese con lo sponsor per quanto concerne il canone unico patrimoniale (occupazione spazi ed aree pubbliche e pubblicità).
3. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile.
4. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà come di seguito indicato:
 - a) contributi economici: il Comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto (oppure della somma direttamente erogata);
 - b) realizzazione lavori e/o cessione gratuita di beni e/o servizi: lo sponsor fatturerà al Comune un importo pari al lavoro stimato, stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori, o dei servizi ceduti. In Conseguenza, il Comune provvederà ad emettere fattura allo sponsor di uguale importo, con compensazione contabile delle due fatture;
 - c) adozione di aree verdi: lo sponsor provvederà a fatturare al Comune gli importi indicati nel preventivo e recepiti nel contratto, al termine della sistemazione e qualora sia previsto a carico dello sponsor anche la manutenzione delle aree, dopo ogni anno di manutenzione; a sua volta il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo a titolo di sponsorizzazione.
5. Nell'applicazione delle disposizioni di cui al presente articolo sono fatte salve eventuali esenzioni e agevolazioni previste dalle disposizioni normative.

ART.9 VERIFICHE E CONTROLLI

Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche periodiche da parte del Settore comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

Le difformità emerse in sede di verifica dovranno essere tempestivamente notificate allo sponsor da parte del Responsabile, la notifica produce le conseguenze previste nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 10 RISERVA ORGANIZZATIVA

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.

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.

ART. 11 SPESE CONTRATTUALI

Le spese contrattuali inerenti e conseguenti al contratto di sponsorizzazione, ivi comprese le spese di registrazione, sono di norma a carico della controparte.