



Città di Brienza

(Prov. di Potenza)

(D.p.r. del 7/11/2005)

Piazza dell'Unità d'Italia – 85050 Brienza – tel. 0975381003

- fax 0975381988

comune.brienza@cert.ruparbasilicata.it

www.comune.brienza.pz.it

REGOLAMENTO SPONSORIZZAZIONI

Approvato con delibera di Consiglio Comunale n. 26 del 10/09/2015

Indice

- Art. 1 - Oggetto e finalità
- Art. 2 - Definizioni
- Art. 3 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni
- Art. 4 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive
- Art. 5 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni
- Art. 6 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione
- Art. 7 - Esclusiva generale e commerciale
- Art. 8 - Scelta dello sponsor
- Art. 9 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor
- Art. 10 - Affidamento diretto
- Art. 11 – Qualificazione dello sponsor
- Art. 12 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione
- Art. 13 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor A
- Art. 14 - Aspetti contabili e fiscali
- Art. 15 - Controlli
- Art. 16- Rinvio
- Art. 17- Entrata in vigore

Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni dell'art. 43 della Legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, dell'art. 26 del D.Lgs. 163/2006, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990. 2.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte la quale le garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto;

b) per “sponsorizzatore” o “sponsor”: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;

c) per “sponsorizzato” o “sponsee”: il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;

d) per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor.

2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale nell'ambito del Piano Esecutivo delle Attività concordate con gli Uffici ma possono anche essere presentate direttamente da privati o associazioni.

2. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio comunale.

4. I dirigenti, nell'ambito della propria competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
- c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

- a) propaganda di natura politica, sindacale o filosofica;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

- a) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;
- b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani: - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio; - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone; - diritti dei lavoratori; - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici; - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori; - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

Art. 5 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor: a) somme di denaro; b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor.

2. Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene prima dell'evento o entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata oppure secondo modalità concordate

Art. 7 - Esclusiva generale e commerciale

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.

2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti: a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico del Comune per un determinato periodo; b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività. 3. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

Art. 8 – Scelta dello sponsor

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul profilo di committente del Comune e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.
3. L'avviso deve indicare almeno: - l'oggetto della sponsorizzazione; - le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 10 giorni; - i criteri di valutazione delle offerte; - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
4. . 5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.
5. 6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta

6. - Art. 9 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il dirigente valuta oppure la Giunta delibera l'opportunità della proposta. Il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 10 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi: a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8; b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o

iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto che ne abbia fatto richiesta; c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 5.000,00 (IVA esclusa). 2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente precedente.

Art. 11 – Qualificazione dello sponsor

Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto all'art. 4 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.

Art. 12 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve essere inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

Art. 13 – Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile.

Art. 14 - Controlli

L'ufficio precedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.

Art. 15- Rinvio 1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili. Art. 20 – Entrata in vigore 1. Il presente regolamento entra in vigore decorsi 10 giorni dalla pubblicazione all'Albo pretorio della delibera di approvazione.