



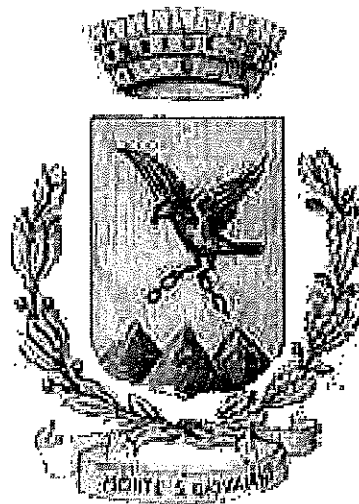
COMUNE DI MONTE SAN GIOVANNI IN SABINA

MEDAGLIA D'ARGENTO AL VALOR CIVILE

Provincia di Rieti

Via R. Margherita 2 Cap.02040 - Tel.0765/333312-3 fax 0765/333013 - /PARTITA IVA 00107990574

email:comunemsg@tiscalinet.it



REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI A FAVORE DELL'AMMINISTRAZIONE

Art. 1 – Oggetto e finalità

Art. 2 – Definizioni

Art. 3 – Soggetti sponsor ed eventi sponsorizzati

Art. 4 – Procedura di sponsorizzazione e scelta degli sponsor

Art. 5 – Requisiti della sponsorizzazione e dello sponsor

Art. 6 – Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

Art. 7 – Diritto di esclusiva

Art. 8 – Contratto di sponsorizzazione

Art. 9 – Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto

Art. 10 – Destinazione delle risorse derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 11 – Trattamento dei dati personali

Art. 12 – Verifiche e controlli

Art. 13 – Norme comuni

Art. 14 – Aspetti contabili

Art. 15 – Aspetti fiscali

Art. 1 Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, limitatamente al caso in cui l'Amministrazione è soggetto sponsorizzato (sponsee), in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 L. 449/1997, nell'art. 119 D.Lgs. 267/2000, nell'art. 15 c. 1, lett. d) del CCNL del 1/4/1999, come sostituito dall'art. 4 c. 4 del CCNL del 5/10/2001 (e dell'art. 26 c. 1, lett. b) del CCNL del 23/12/1999 per l'area della dirigenza), nell'art. 120 D.Lgs. 42/2004 e negli articoli 19 e 151 D.Lgs. 50/2016.
2. La stipulazione dei contratti di sponsorizzazione è legittima solo a condizione che non vengano alterati i caratteri di neutralità, imparzialità ed equidistanza che ispirano l'azione amministrativa. Devono inoltre essere osservati criteri di trasparenza, eticità e responsabilità sociale.

Art. 2 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:
 - a) "*contratto di sponsorizzazione*" il contratto mediante il quale una parte (Sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni e/o servizi e/o ad effettuare lavori a favore di un terzo (sponsee), che a sua volta si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative (Eventi) destinate al pubblico, a diffondere il nome dello Sponsor tramite prestazioni accessorie di veicolazione del marchio, del logo o di altri messaggi a favore dello Sponsor. L'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'Evento, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
 - b) "*Sponsor*" il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad altro soggetto (sponsee), veicolatore a fini pubblicitari del segno distintivo individuato dallo Sponsor stesso;
 - c) "*sponsee*" il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello Sponsor nei modi previsti dal contratto; il presente Regolamento disciplina i casi in cui sponsee risulta l'Amministrazione;
 - d) "*spazio pubblicitario*" lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni messe a disposizione dall'Amministrazione per la pubblicità dello Sponsor;
 - e) "*sponsorizzazione finanziaria*" la sponsorizzazione che si attua per il tramite del versamento da parte dello Sponsor allo sponsee di una somma in denaro, corrispondente al valore della sponsorizzazione;
 - f) "*sponsorizzazione tecnica*" la sponsorizzazione che si attua per il tramite di fornitura di beni o servizi in natura o di realizzazione di lavori, direttamente a cura e spese dello Sponsor, relativi alla propria attività d'impresa, oppure mediante dazione di danaro o accollo del debito o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti dall'Amministrazione per la fornitura di beni o servizi in natura o di realizzazione di lavori acquistati o comunque affidati a terzi;
 - g) "*Evento*" l'iniziativa o il progetto o il lavoro oggetto di sponsorizzazione.

Art. 3 Soggetti Sponsor ed Eventi sponsorizzati

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire interventi, lavori, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi dell'Amministrazione.
2. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali Sponsor sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione.
3. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
4. Il ricorso ai contratti di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni, i lavori pubblici o le attività dell'Amministrazione.
5. I contratti di sponsorizzazione possono comportare per l'Amministrazione sia riduzione di spesa, sia incrementi di entrata.
6. I dirigenti, nell'ambito della propria competenza, predispongono i progetti operativi degli Eventi e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi.
7. La sponsorizzazione può avere origine anche per iniziativa spontanea di uno qualsiasi dei soggetti indicati al precedente comma 1. Fermo restando quanto previsto all'art. 19 D.Lgs. 50/2016, la proposta deve essere

riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali dell'Amministrazione con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative e organizzative.

Art. 4

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello Sponsor

1. Nei casi in cui il valore della sponsorizzazione sia di importo superiore a 10.000,00 euro la scelta dello Sponsor è preceduta dalla pubblicazione di appositi avvisi pubblici circa le attività sponsorizzabili, nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, tempestività, correttezza, libera concorrenza, parità di trattamento, non discriminazione, trasparenza e proporzionalità.
2. Dell'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito internet dell'Amministrazione e/o in altre forme ritenute dal Dirigente di volta in volta più convenienti al fine di stimolare l'interesse dei privati a concorrere o ad assumere la sponsorizzazione di cui trattasi. La pubblicazione del bando avviene per almeno 20 giorni. In ogni caso dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere interessati.
3. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
 - a. sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui al comma 2;
 - b. casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e le caratteristiche dell'Evento limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
 - c. il valore sia pari o inferiore a € 40.000,00 (IVA esclusa).
4. L'avviso o il bando deve indicare almeno:
 - A. l'oggetto della sponsorizzazione
 - B. gli obblighi dello Sponsor
 - C. i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva
 - D. la durata del contratto
 - E. le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta
 - F. l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale
 - G. i criteri di valutazione delle offerte
 - H. l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione
 - I. l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
5. Scaduto il termine fissato nell'avviso si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le proposte pervenute oltre tale termine saranno prese in considerazione solamente nel caso in cui non siano state presentate offerte nei termini previsti.
6. L'offerta deve contenere, fra l'altro:
 - a. La dichiarazione circa la mancanza di cause di esclusione previste all'art. 5 del presente Regolamento.
 - b. Le dichiarazioni richieste dall'avviso.
 - c. L'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento.
 - d. L'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
7. Le offerte pervenute sono esaminate:
 - a) dal responsabile di procedimento se il criterio di aggiudicazione prevede solamente il versamento di una somma in denaro, eventualmente accompagnate dal numero di anni di sponsorizzazione; in tale ultimo caso l'aggiudicazione avviene a favore di chi presenta il prodotto più elevato (importo sponsorizzazione moltiplicato per il numero di anni di sponsorizzazione)
 - b) da una commissione composta da 3 dipendenti della Amministrazione se la valutazione avviene sulla base di una pluralità di elementi di valutazione.Dopo aver stilato la graduatoria, il responsabile di procedimento può indire una successiva fase finalizzata all'acquisizione di ulteriori offerte migliorative, se previsto nel bando o nell'avviso, stabilendo un termine per la presentazione dei rilanci non inferiore a 10 giorni.
8. L'approvazione dei verbali di gara avviene con atto del Dirigente.

Art. 5

Requisiti della sponsorizzazione e dello Sponsor

1. L'amministrazione rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella dello Sponsor;

- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine o alle proprie iniziative;
 - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di inopportunità generale;
 - d) lo Sponsor ha in atto controversie di natura giuridica con l'Amministrazione.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
- a. non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 80 D.Lgs. n. 50/2016;
 - b. si trovano in condizione di incapacità a contrattare con la P.A.

Art. 6

Affidamento del servizio di ricerca dello Sponsor

1. E' facoltà dell'Amministrazione, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare il servizio per la ricerca di Sponsor ad agenzie specializzate nel campo della pubblicità, individuate secondo le procedure per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs. n. 50/2016.

Art. 7

Diritto di esclusiva

1. L'Amministrazione può concedere il diritto di esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile per stimolare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.
2. La clausola di esclusiva può essere:
- a) generale, se comporta la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un unico soggetto in veste di Sponsor;
 - b) commerciale, se comporta la conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi soggetti in veste di Sponsor, unica per ogni specifica categoria merceologica o di attività.
3. Le clausole di esclusiva sono evidenziate in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti e devono essere espressamente previste nel contratto di sponsorizzazione.
4. Le operazioni di sponsorizzazione non determinano alcuna sovrapposizione (e quindi incompatibilità) con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali:
- patrocinio, laddove si prevede una forma di adesione ed una manifestazione di apprezzamento dell'Amministrazione ad iniziative ritenute meritevoli per le loro finalità sociali;
 - mecenatismo, che si manifesta nel sostegno nei confronti di attività artistiche e culturali;
 - iniziative di sensibilizzazione correlate a specifici spazi, beni e tematiche di interesse collettivo.

Art. 8

Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di apposito contratto sottoscritto dal dirigente responsabile del progetto di sponsorizzazione e dallo Sponsor. La stipula può avvenire anche mediante scambio di lettere commerciali fra le parti.
2. Il contratto di sponsorizzazione deve contenere tutti gli elementi essenziali, in particolare:
- a. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi reciproci e responsabilità, secondo i contenuti delle specifiche iniziative sponsorizzate;
 - b. il valore della sponsorizzazione;
 - c. gli spazi pubblicitari;
 - d. le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico dell'Amministrazione per la veicolazione di segni distintivi dello Sponsor, secondo principi di coerenza con le proprie capacità organizzative e di equilibrio rispetto al valore della sponsorizzazione;
 - e. le modalità di attuazione e l'eventuale diritto di "esclusiva";

- f. la durata e l'eventuale rinnovabilità;
 - g. le eventuali garanzie e le cause di risoluzione del contratto;
 - h. l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
 - i. l'onere delle spese di bollo e di registrazione.
3. Ai contratti di sponsorizzazione tecnica, aventi ad oggetto i lavori le forniture e i servizi di cui al D.Lgs. 50/2016, si applicano ai soggetti incaricati di tutta o di parte della realizzazione degli interventi, i requisiti di ordine generale previsti dall'art. 80 D.Lgs. 50/2016 e i requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori.
- Le opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, alla direzione, all'esecuzione e al collaudo del contratto sono contenute nel contratto stesso.

Art. 9

Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto

1. L'Amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara o avvisi per la selezione di contraenti per appalti di servizi, di forniture o di lavori pubblici, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione.
2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento della fornitura dei beni, dei servizi e dei lavori.

Art. 10

Destinazione delle risorse derivanti dalle sponsorizzazioni

1. L'ammontare delle risorse reperite attraverso sponsorizzazione, al netto dell'IVA a carico dell'Amministrazione e delle eventuali spese sostenute dall'Amministrazione per la veicolazione del logo dello Sponsor, è ripartito secondo le seguenti finalità:
 - a. nella misura del 20 % all'incentivazione del personale dipendente e dei dirigenti.
 - b. nella misura residua ad avanzo di amministrazione quale economia di bilancio.

Art. 11

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste nel rispetto del D.Lgs. n. 196/2003 e degli atti normativi ed organizzativi adottati in materia dall'Amministrazione.
2. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del presente Regolamento.
3. Titolare del trattamento dei dati è l'Amministrazione, in persona del suo Sindaco pro tempore; responsabile del trattamento, in conformità del D.Lgs. n. 196/2003, è il responsabile del servizio competente per il procedimento relativo a ciascuna sponsorizzazione.
4. In nessun caso possono essere comunicati allo Sponsor i nominativi e gli indirizzi dei destinatari delle informazioni o comunicazione istituzionali.

Art. 12

Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Dirigente del Settore competente per materia, al fine di accertare l'attuazione degli adempimenti pattuiti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo Sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione e comunque l'immediato intervento dello Sponsor per il ripristino dei livelli ottimali della prestazione convenuta.
3. L'Amministrazione si riserva di risolvere il contratto nel caso in cui lo Sponsor rechi danni all'immagine dell'Amministrazione o non siano perseguiti i fini sociali e di pubblica utilità cui l'Amministrazione deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo o la mancata o parziale esecuzione della prestazione secondo le condizioni previste nel contratto saranno causa di risoluzione del contratto, fatto salvo il risarcimento di ogni maggiore danno.

Art. 13 **Norme comuni**

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente Regolamento si fa rinvio:
 - a) per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
 - b) per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi al D.Lgs. n. 30/2005, nonché ad altra normativa specifica in materia.

Art. 14 **Aspetti contabili**

1. Le risorse provenienti da contratti di sponsorizzazione finanziaria sono inserite, secondo quanto previsto dal D.Lgs. n. 267/2000, nel bilancio di previsione a inizio anno, o durante l'anno con successiva variazione.
2. Le risorse provenienti da sponsorizzazioni tecniche che consistono nella fornitura da parte dello Sponsor di beni durevoli ovvero la realizzazione di lavori pubblici comportano l'aggiornamento dei relativi inventari, su comunicazione del responsabile del procedimento.

Art. 15 **Aspetti fiscali**

1. Il valore della sponsorizzazione corrisponde all'importo definito nel contratto, ed è soggetto a fatturazione da parte dell'Amministrazione con applicazione dell'IVA di legge. E' correlato al ritorno diretto d'immagine del marchio dello Sponsor così come definito nel contratto.
2. Nel caso di sponsorizzazione tecnica è fatto obbligo della doppia fatturazione, ovvero della fatturazione, soggetta a IVA, da parte dello Sponsor all'Amministrazione per il valore del servizio, bene o lavoro fornito direttamente o acquisito da terzi, e della fatturazione da parte dell'Amministrazione allo Sponsor di pari importo, soggetta a IVA, per l'attività di sponsorizzazione.
3. In caso di sponsorizzazione in cui per la promozione d'immagine dello Sponsor sia prevista esclusivamente un'entrata tributaria per l'Amministrazione, esclusi quindi conferimenti in danaro o di altra natura, l'operazione non è rilevante agli effetti I.V.A. e quindi non viene emessa alcuna fatturazione.