



**COMUNE DI MESTRINO**

**REGOLAMENTO COMUNALE  
PER LA GESTIONE DELLE  
SPONSORIZZAZIONI**

### ***Art. 1 - Finalità***

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 (e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza).
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

### ***Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari***

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, associazioni, associazioni istituzioni enti e fondazioni per realizzare od acquisire a titolo gratuito interventi servizi prestazioni beni, o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari 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, del previsto risultato da parte dello sponsor;

### ***Art. 3 - Definizioni***

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione o a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, nonché esternare al pubblico che la prestazione fornita è stata da lui sponsorizzata con l'ulteriore facoltà di pubblicizzare in qualsiasi modo che lo stesso è sponsor del comune;
  - b) per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi a titolo gratuito allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;
  - c) per "**sponsor**": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
  - d) 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.

#### ***Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor***

**1. Ai contratti di sponsorizzazione ed ai contratti agli stessi assimilati si applicano le disposizioni del Codice dei Contratti come previsto dall'art. 26 del d.lgs. 163/2006. Per i contratti sotto soglia si applicano le procedure semplificate previste dagli artt. da 121 a 125 del Codice e a dal regolamento comunale per i lavori, forniture e servizi in economia;**

**1.bis** Per sponsorizzazioni il cui valore complessivo per ogni singola iniziativa individuata non sia superiore ad € 20.000,00 ( ventimila ) oneri fiscali esclusi, la scelta dello sponsor con le modalità e forme della trattativa privata, con o senza indagine esplorativa. *\*In particolare, per le sponsorizzazioni fino ad € 7.500,00 ( oneri fiscali esclusi ) si potrà procedere a trattativa privata senza indagine esplorativa. Per sponsorizzazioni da € 7.501,00 ad € 20. 000,00 ( oneri fiscali esclusi” ) si potrà procedere mediante trattativa privata mediante indagine esplorativa verbalizzata,* anche recependo eventuali proposte autonomamente avanzate da soggetti privati;

*\* in corsivo sottolineato le modifiche proposte dalla Commissione regolamenti alla bozza di regolamento nella seduta del 27.03.2009*

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, e/o invio alle associazioni di categoria e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti anche in relazione al valore delle sponsorizzazioni.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato d'oneri;
  - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
  - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e di regola Indica:
  - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato d'oneri;
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
  - a) per le persone fisiche:
    - l'inesistenza delle condizioni a contrattare. con la Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 38 del codice dei contratti e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
    - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
    - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
    - il non rivestire cariche rappresentative all'interno di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
  - b) per le persone giuridiche:
    - oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
    - inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall' Ufficio competente che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell'Area competente che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

#### *Art. 4bis — Offerta di mecenatismo*

1. **Le sponsorizzazioni prive di significativo ritorno di natura pubblicitaria, nelle quali prevalgano gli elementi del contratto a prestazioni unilaterali, con la prevalenza di profili di mero mecenatismo da parte dello sponsor, sono affidate direttamente, qualunque sia il valore della sponsorizzazione.**

#### *Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione*

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria.

#### *Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione*

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
  - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
  - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
  - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali reciproche inadempienze.
2. Il perfezionamento del contratto di sponsorizzazione può avvenire anche mediante scambio di corrispondenza o scrittura privata non autenticata qualora il valore della sponsorizzazione non superi € 25.000,00, oneri fiscali esclusi;

#### *Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni*

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
2. La quantificazione della percentuale dei risparmi di spesa destinabili alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL del 1.04.1999, verrà stabilita previa, se dovuta, concertazione o trattativa con le OO.SS. e le R.S.U.

#### *Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni*

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
  - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

- 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, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

#### ***Art. 9 - 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 dall'art. 13 della Legge 31.12.1996, n. 665 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Mestrino in persona del suo Sindaco pro tempore che nomina uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla 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.

#### ***Art. 10 - Aspetti fiscali***

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una parte dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma 1.

#### ***Art. 11 - Verifiche e controlli***

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio Comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

#### ***Art. 12 - Riserva organizzativa***

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È tuttavia facoltà del Comune, qualora lo 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.