



COMUNE DI RIFREDDO

PROVINCIA DI CUNEO

*Regolamento Comunale
per
la disciplina e la gestione
delle
sponsorizzazioni*

ALLEGATO ALLA D.C.C. N. 28
DEL 28/09/2010

IL SEGRETARIO COMUNALE
IL SEGRETARIO GENERALE

MANA dott. Faio



Sommario

- Art. 1 - Definizioni**
- Art. 2 - Oggetto e Finalità**
- Art. 3 - Progetto di sponsorizzazione**
- Art. 4 - Corrispettivi delle sponsorizzazioni**
- Art. 5 - Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione**
- Art. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**
- Art. 7 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor**
- Art. 8 - Procedura di scelta dello sponsor da parte del Comune**
- Art. 9 - Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor**
- Art. 10 - Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali**
- Art. 11 - Contenuti del contratto di sponsorizzazione**
- Art. 12 - Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto**
- Art. 13 - Aspetti fiscali**
- Art. 14 - Verifiche e controlli**
- Art. 15 - Trattamento dei dati personali**
- Art. 16 - Rinvio**
- Art. 17 - Aggiornamento dinamico**
- Art. 18 - Pubblicità del regolamento**
- Art. 19 - Entrata in vigore**

Art. 1 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a favore di un terzo (sponsee), che a sua volta si impegna, nell’ambito delle proprie iniziative 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.
 - b) per “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) per “sponsee” il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor in modi previsti da contratto.

Art. 2 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni contenute dalla Legge e dai Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro.
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.
3. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di disciplinare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione e del loro iter procedurale, nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
4. Il contratto di sponsorizzazione conseguente deve contenere:
 - a) le configurazioni generali delle finalizzazioni del rapporto contrattuale
 - b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee
 - c) i profili economici della sponsorizzazione
 - d) le clausole condizionanti il rapporto
 - e) gli strumenti di verifica dell’efficacia della sponsorizzazione per il Comune.

Art. 3 – Progetto di sponsorizzazione

1. La Giunta Comunale assegna ai Responsabili dei Servizi di volta in volta competenti gli obiettivi finalizzati all’attuazione della procedura di sponsorizzazione.
2. I Responsabili dei Servizi assegnatari predispongono apposito progetto di sponsorizzazione, finalizzato ad individuare le possibili iniziative da attivare, previa analisi di mercato.
3. I progetti di sponsorizzazione si suddividono in due macrotipologie:
 - a) progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da un evento correlato alle attività del Comune; tra questi:
 - I. sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali e altro
 - II. abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un’azienda di un monumento, di una piazza, di una via, di un ponte, di una rotonda, di un’isola pedonale, di una fontana, di una pensilina e altro)
 - III. cura di aree verdi affidate a ditte (il marchio dell’impresa sarà esposto presso il giardino curato dal Comune a spese della ditta o direttamente dalla ditta stessa)
 - IV. servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole e palestre e simili)
 - V. fornitura di beni (es. panchine, cestini gettacarta, fioriere, rastrelliere porta bicicletta, stampati e altro)

- VI. fornitura di infopoint e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dal Comune
- VII. sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori, nel rispetto di quanto previsto dalla vigente normativa in materia
- VIII. altre iniziative similari a quelle evidenziate nei punti precedenti;
- b) progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da spazi e immagini riconducibili al Comune; tra questi:
 - I. sponsorizzazioni sul sito internet del Comune (possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese private riservandosi la clausola di gradimento)
 - II. concessione del marchio del Comune come strumento promozionale (marchio commerciale di derivazione dello stesso stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese private per l'apposizione dello stesso sui propri prodotti, sulle insegne, in abbinamento ai loghi aziendali ecc.)
 - III. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensori, sale riunioni ritenute idonee, palestre, piscine, impianti sportivi, androni)
 - IV. utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (es. buoni mensa, cedolini stipendi, bollette acqua e gas, parking voucher, carta intestata, buste, ecc.)
 - V. titolazione di spazi (es. sale del teatro, palestre, sale riunioni, altro)
 - VI. abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento, di una piazza, di una via, di un ponte, di una rotonda, di un'isola pedonale, di una fontana, di una pensilina e altro)
 - VII. marchiatura delle portiere dei veicoli del Comune;
 - VIII. predisposizione di gadget (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento Comune – azienda sponsorizzata
 - IX. altri interventi similari a quelli riportati nei precedenti punti, anche riferiti a spazi o immagini che si dovessero rendere disponibili in futuro.

Art. 4 – Corrispettivi delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune assume ruolo di sponsee possono avere, a titolo di corrispettivo a carico dello sponsor, somme in denaro o la messa a disposizione di beni e di servizi per valore pari a quello del contratto (operazioni permutative).
2. Nel caso di operazioni permutative si assume quale controvalore monetario del contratto, il valore di mercato delle prestazioni o dei beni erogati dallo sponsor.

Art. 5 – Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione

1. Il Comune si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora manchino o vengano meno durante l'esecuzione del contratto, le limitazioni previste dalla legge.
2. Il Comune si riserva, altresì, la facoltà di rifiutare proposte di sponsorizzazioni quando:
 - 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.
3. 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.
- 4. È, inoltre, fatto divieto di promuovere prodotti e servizi negli spazi di competenza del Comune, senza preventiva autorizzazione.

Art. 6 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del piano esecutivo di gestione assegnati ai singoli Responsabili di Servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta può formulare indirizzi specifici a Responsabili di Servizi per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può, inoltre, riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio del Comune nei capitoli di spesa ordinaria.
3. Le iniziative di sponsorizzazione possono comportare per il bilancio del Comune sia riduzione di spesa, sia incrementi di entrata.

Art. 7 – Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

1. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative del Comune, manifestino spontaneamente la loro volontà.
2. Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

Art. 8 – Procedura di scelta dello sponsor da parte del Comune

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune secondo la disciplina del presente regolamento.
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, a mezzo di procedura negoziata preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso.
3. E' 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 di cui al successivo art. 9, scelte mediante procedura ad evidenza pubblica.
4. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio ed eventualmente in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione, quali, ad esempio, inserimento nel sito internet del Comune ed invio alle associazioni di categoria.
5. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti di specifico capitolato
 - b) le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico del Comune per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor secondo principi di coerenza con le proprie capacità organizzative e di equilibrio rispetto ai valori della sponsorizzazione complessivamente intesi
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'immagine, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione
 - c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - I. l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24/11/1981, n. 689 ed s.m.i., e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale
 - II. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia
 - III. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese)
 - IV. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) per le persone giuridiche:
 - I. tutte le autocertificazioni sopra elencate al punto a) riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza
 - II. attestazione del nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - c) per i soggetti pubblici
 - I. il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti
 - II. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
8. 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.
9. Le offerte di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, sono approvate con atto deliberativo dalla Giunta tenuto conto di quanto previsto dal presente regolamento.

Art. 9 – Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor

1. Il Comune può decidere di affidare l'incarico per la ricerca di sponsor ad agenzie specializzate nel campo della pubblicità, secondo le procedure per gli appalti di servizi dalla legge.
2. La procedura di gara viene avviata dal Comune mediante definizione di specifico bando contenente le caratteristiche dell'incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto – offerta.
3. Possono esser individuati quali requisiti per l'accesso alla procedura di selezione i seguenti elementi:
 - a) volume d'affari dell'ultimo triennio
 - b) struttura organizzativa (numero dipendenti, divisioni, filiali ecc.)
 - c) precedenti esperienze nell'ambito delle sponsorizzazioni per gli enti pubblici
 - d) curriculum professionale, con particolare rilievo per l'attività svolta in ambito pubblico.
4. Il Comune si riserva la facoltà di articolare il punteggio da assegnare agli elementi progettuali piuttosto che a quelli economici, questi ultimi rappresentati dal compenso richiesto, da esprimersi in termini di percentuale sul fatturato da sponsorizzazioni procacciate, in base alla tipologia delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.

Art. 10 – Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. Il Comune definisce le sponsorizzazioni secondo rapporti in 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. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicitate clausole di esclusiva:
 - a) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor
 - b) commerciale, con formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.

3. Il Comune evidenzia la sussistenza di clausole di esclusiva generale o commerciale in tutti gli atti preliminari alla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione, in particolare per gli avvisi di sollecitazione alla presentazione di manifestazioni di interesse, nei quali devono essere comunque indicati i criteri di selezione delle proposte di sponsorizzazione concorrenti in relazione alle esclusive.
4. Qualora il Comune ritenga di non voler definire i contratti di sponsorizzazione con clausole di esclusiva ne fornisce chiara indicazione in tutti gli atti preliminari.
5. In ogni caso, le operazioni di sponsorizzazione non determinano alcuna sovrapposizione (e quindi incompatibilità) con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali:
 - a) patrocinio, laddove si prevede una forma di adesione ed una manifestazione di apprezzamento del Comune ad iniziative ritenute meritevoli per le loro finalità sociali
 - b) mecenatismo, che si manifesta nel sostegno nei confronti di attività artistiche e culturali
 - c) iniziative di sensibilizzazione correlate a specifici spazi, beni e tematiche di interesse collettivo (es. adotta un quartiere, adotta un monumento ecc.).

Art. 11 – Contenuti del contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione tra le parti di un apposito contratto nel quale sono richiamati i riferimenti della normativa, dei regolamenti, di specifiche deliberazioni e altri atti amministrativi e stabiliti in particolare:
 - a) oggetto e finalità;
 - b) impegni dello sponsor
 - c) impegni dello sponsee (Comune)
 - d) il diritto dello sponsor alla utilizzazione degli spazi e degli altri strumenti di veicolazione concessi dallo sponsee
 - e) determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione
 - f) nel caso di operazioni permutative, il controvalore monetario di tali operazioni
 - g) eventuale clausola di esclusiva
 - h) la durata del contratto di sponsorizzazione
 - i) verifiche contrattuali
 - j) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 12 – Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di appalto

1. Il Comune può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi, di forniture o di opere pubbliche inerenti contratti attivi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione, a parziale scomputo dell'onere correlato al valore dell'appalto.
2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

Art. 13 – Aspetti fiscali

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
2. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore del servizio o del

bene, soggetta ad I.V.A., e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetta ad Iva, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.

Art. 14 - Verifiche e controlli

1. I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte dell'unità organizzativa competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, dei contenuti tecnici, dei risvolti 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 e, comunque, l'immediato intervento dello sponsor per il ripristino sui livelli ottimali della prestazione convenuta.

Art. 15 – 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 dalla normativa vigente in materia.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Rifreddo in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge di cui sopra.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici del Comune 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. 16 – Rinvio

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 alla normativa specifica in materia.

Art. 17 – Aggiornamento dinamico

1. Le norme del presente regolamento si intendono modificate per effetto di sopravvenute norme vincolanti statali, regionali o comunali.
2. In tali casi, in attesa della formale modificazione del presente regolamento, si applica la normativa sopraordinata.

Art. 18 – Pubblicità del regolamento

1. Copia del presente regolamento è tenuta a disposizione del pubblico affinché ne possa prendere agevolmente visione.

Art. 19 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla sua pubblicazione, unitamente alla deliberazione consiliare di approvazione divenuta esecutiva, all'Albo Pretorio del Comune.

RELATA DI PUBBLICAZIONE

(N. Reg. 184/2010)

Pubblicato all'Albo Pretorio per giorni 15 consecutivi dal **05.10.2010** al **20.10.2010**.

Rifreddo, li **26.10.2010**



IL SEGRETARIO COMUNALE
(Mana dott. Paolo)

[Handwritten signature in blue ink]

(N. Reg. 208/2010)

Ripubblicato all'Albo Pretorio per giorni 15 consecutivi dal **21.10.2010** al **05.11.2010**.

Rifreddo, li **09.11.2010**



IL SEGRETARIO COMUNALE
(Mana dott. Paolo)

[Handwritten signature in blue ink]
