



C i t t à d i C a s a l e M o n f e r r a t o

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Deliberazione C.C. n. 65 del 20/12/2011

SOMMARIO

Art. 1 – Finalità dei contratti di sponsorizzazione

Art. 2 – Definizioni

Art. 3 – Individuazione delle attività da sponsorizzare

Art. 4 – Corrispettivi delle sponsorizzazioni

Art. 5 – Criteri per la sponsorizzazione

Art. 6 – Proposta ad iniziativa della Pubblica Amministrazione

Art. 7 – Proposta ad iniziativa privata

Art. 8 – Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche

Art. 9 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 10 – Trattamento dei dati personali

Art. 11 – Aspetti contabili e fiscali

Art. 12 – Utilizzo delle risorse derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 13 – Rinvio

ART. 1 – FINALITA' DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il presente regolamento disciplina le condizioni e le modalità operative per la gestione dei contratti di sponsorizzazione e del loro iter procedurale, nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
2. In particolare, detti contratti sono diretti a:
 - a. recuperare maggiori risorse per l'Ente che consentano di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;
 - b. ottenere risparmi di spesa;
 - c. realizzare lavori, servizi e forniture di beni e supportare progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune.

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 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 “**sponsorizzazione**”: ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c. 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;
 - d. per “**sponsee**” il Comune di Casale Monferrato, quale soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor nei modi previsti dal contratto;
 - e. per “**spazio pubblicitario**”: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Ente per la pubblicità dello sponsor.

ART. 3 – INDIVIDUAZIONE DELLE ATTIVITA' DA SPONSORIZZARE

1. Il Comune di Casale Monferrato sulla base delle linee di indirizzo definite dalla Giunta Comunale, tramite i dirigenti preposti, si attiva per individuare possibili iniziative da sponsorizzare.
2. A titolo esemplificativo potranno essere individuati iniziative in ambito di:
 - sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali e altro;
 - sponsorizzazione di interventi su monumenti; piazze; vie; ponti; isole pedonali; fontane; aree verdi e arredi urbani in genere;

- servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole e palestre, e simili);
- fornitura di beni (es. panchine, cestini, fioriere, rastrelliere porta bicicletta, stampati e altro);
- fornitura di infopoint e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'ente;
- sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori, nel rispetto di quanto previsto dal D.Lgs. 163/2006;
- sponsorizzazioni sul sito internet dell'ente: trattasi della possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese private;
- concessione del marchio dell'ente come strumento promozionale. Trattasi di 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.;
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dell'ente (es. bacheche, ascensori, sale riunioni ritenute idonee, palestre, piscine, impianti sportivi, androni);
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione dell'ente (es. buoni mensa, cedolini stipendi, carta intestata, buste, ecc.);
- sponsorizzazioni dei veicoli dell'ente;
- predisposizione di gadget (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento ente – azienda sponsorizzata.

ART. 4 – CORRISPETTIVI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Nel caso di contratti di sponsorizzazione nei quali il corrispettivo a carico dello sponsor consiste nella messa a disposizione di beni, servizi o somme di denaro, si assume quale controvalore monetario del contratto, il valore di mercato delle prestazioni, dei beni o delle somme erogate dallo sponsor.

ART. 5 – CRITERI PER LA SPONSORIZZAZIONE

1. La sponsorizzazione può essere attivata:
 - a. su iniziativa dell'Amministrazione Comunale cui deve essere assicurata idonea e preventiva pubblicità;
 - b. su iniziativa di soggetti privati (soggetti imprenditoriali, associazioni, ecc.).

2. La sponsorizzazione dovrà essere formalizzata con apposito contratto, sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del Settore competente, nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a. il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario e le prestazioni pubblicitarie fornite dall'Amministrazione;
 - b. la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c. gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d. le periodiche verifiche da parte del Servizio competente al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti quantitativi, qualitativi e finanziari;
 - e. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

ART. 6 – PROPOSTA AD INIZIATIVA DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica o trattativa privata secondo la disciplina contenuta nel presente regolamento preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. Per importi di sponsorizzazione fino a € 40.000 è ammesso l'affidamento diretto.
3. 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/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. L'offerta deve essere accompagnata dall'autocertificazione attestante l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale.
5. E' facoltà dell'ente, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

ART. 7 – PROPOSTA AD INIZIATIVA PRIVATA

1. Nel caso in cui pervenga all'Amministrazione, da parte di uno sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata alla realizzazione di interventi, lavori, servizi o fornitura di beni, l'Amministrazione stessa, valutatane l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, ha facoltà di predisporre apposito avviso pubblico che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni ed è pubblicato all'Albo Pretorio e sul sito del Comune per almeno 10 giorni.
2. Nel caso non pervengano offerte entro il termine fissato, si procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto promotore.
3. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procederà, nel caso pervengano offerte, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltretché del prezzo.
4. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare la propria proposta originaria a quella eventualmente selezionata dall'Amministrazione a seguito delle procedure di cui al precedente comma tre, aggiudicandosi in tal modo la sponsorizzazione.

5. Su richiesta dell'Amministrazione Comunale le offerte possono essere chiarite, precisate e perfezionate, senza modificare gli elementi fondamentali.

ART. 8 - CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE PER LA REALIZZAZIONE DI OPERE PUBBLICHE

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. I contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
3. Nel contratto di cui al precedente comma due, devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Comunale intende inserire.
4. E' di competenza dell'Amministrazione Comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo nonché i collaudi ivi compresi quelli in corso d'opera.
5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni e i soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori stessi devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
6. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti e alla Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

ART. 9 - 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 pubblico interesse.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:

- a. propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - b. promozione di tabacco, farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo;
 - d. il mancato rispetto delle pari opportunità tra i generi e/o tra le diverse etnie.
3. L'amministrazione Comunale, con deliberazione di Giunta, adeguatamente motivata, può rifiutare sponsorizzazioni, che pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano in contrasto con le proprie finalità.

ART. 10 - 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 dal D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 e successive modificazioni.

ART. 11 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. Le risorse provenienti dalle sponsorizzazioni sono contabilizzate tra le entrate extratributarie al Titolo III.
2. Le risorse individuate come minori spese sono comunque contabilizzate a bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di consentire la regolarizzazione contabile e fiscale.
3. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
4. Il valore della fatturazione corrisponde all'importo della somma direttamente erogata.
5. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor all'ente del valore del servizio o del bene, soggetta ad Iva, e la fatturazione dell'ente allo sponsor di un pari importo, sempre soggetta ad Iva, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.
6. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipula del contratto è a carico dello sponsor.

ART. 12 – UTILIZZO DELLE RISORSE DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. I risparmi ed i maggiori proventi delle sponsorizzazioni, sulla base delle indicazioni della Giunta, possono essere ripartiti secondo le seguenti modalità, anche per quota parte:
 - a. economia di bilancio;
 - b. maggiori stanziamenti sui capitoli del Settore che ha attivato la sponsorizzazione.

ART. 13 – RINVIO

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle disposizioni del Codice Civile, al D. Lgs. 163/2006 e s.m.i. ed altre normative specifiche in materia.