

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Art. 1 – Oggetto, Finalità e principi generali

1. Il presente regolamento disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte del Comune alla sponsorizzazione come opportunità di finanziamento delle proprie attività.
2. Il presente Regolamento è adottato in sostanziale attuazione delle previsioni recate dall'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 – che si pone in tema, come normativa di principio – rispettando altresì le linee fondanti delle disposizioni contenute nell'art. 119 del TUEL D. Lgs. 267/2000 e successive modificazioni ed integrazioni, dell'articolo 120 del D. Lgs. n. 42/2004.
3. Il Comune ricorre alla sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi erogati, supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture, sostegno allo sviluppo della progettualità ed iniziative innovative, nonché per l'ottimizzazione della spesa.
4. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate in particolare al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio nonché alla realizzazione di progetti e all'erogazione di servizi.
5. Il ricorso alla sponsorizzazione si conforma ai seguenti principi generali:
 - a. Il perseguimento di interessi pubblici;
 - b. L'esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra l'attività pubblica e attività privata;
 - c. L'ottimizzazione della spesa attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio comunale.

Art. 2 – Definizioni

1. I contratti di sponsorizzazione sono contratti atipici, a prestazioni corrispettive, mediante i quali il Comune (*sponsee*) offre ad un terzo (*sponsor*) la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, l'attività e simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari nei modi previsti dal contratto.
2. Per "sponsorizzazione" si intende ogni corrispettivo in denaro o ogni prestazione e intervento diretto o indiretto, provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti o servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine.
3. Per "*Sponsor*" si intende il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
4. Per "*Sponsee*" si intende il soggetto sponsorizzato, cioè il Comune;
5. Per "spazio pubblicitario" si intende lo spazio fisico o digitale e ogni altro supporto utilizzato per veicolare le attività pubblicitarie e promozionali dello sponsor;
6. Per "sponsorizzazione interna" si intende la fornitura di attrezzature con logo o marchio dello sponsor, che lo *sponsee* si impegna ad utilizzare;
7. Per "sponsorizzazione accessoria" si intende una prestazione accessoria ad altro contratto principale.

Art. 3 – La sponsorizzazione interna e le clausole sponsor accessorie a contratti principali

1. Si applicano le limitazioni e le procedure del presente Regolamento anche alle sponsorizzazioni interne e accessorie.
2. Inoltre possono essere ammesse clausole sponsor accessorie a contratti principali alle seguenti ulteriori condizioni:
 - a. Siano esplicitate *ex ante* nella procedura ad evidenza pubblica, affinché tutti i soggetti interessati siano edotti della clausola e della sua parziale e potenziale incidenza ai fini dell'affidamento del contratto principale;
 - b. Il punteggio conferibile in relazione alle sponsorizzazioni sia modulato in termini residuali nell'economia della valutazione complessiva e tali da non costituire l'elemento discriminante principale e per sua oggettiva portata tendenzialmente risolutivo dell'iter di scelta del contraente.

Art. 4 – Corrispettivo alla sponsorizzazione

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:
 - a. In una somma di denaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dal Comune.
 - b. In servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello Sponsor: gli individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche.
2. A seconda dell'attività a carico dello Sponsor quale corrispettivo per la sponsorizzazione si applicheranno le disposizioni specifiche della normativa di settore, qualora le parti non abbiano previsto una specifica e differente regolamentazione nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile di posizione organizzativa e a tale scopo i progetti di sponsorizzazione sono inclusi tra gli obiettivi del Peg fin dalla sua iniziale programmazione. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile competente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione con specifica deliberazione, anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.
2. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.
3. Le fasi attuative sono demandate alla competenza del Responsabile di posizione organizzativa competente nella materia in cui rientra l'iniziativa.

Art. 6 – Procedura per la scelta dello Sponsor

1. Di norma la scelta dello Sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica preceduta da avviso pubblico adeguatamente pubblicizzato. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità attraverso la pubblicazione all'albo del Comune e sul sito internet del Comune, fatte salve altre ulteriori forme di pubblicità e altri tempi di pubblicazione maggiori ritenuti, di volta in volta, dal Responsabile competente più utili ed adeguate alla maggiore diffusione e conoscenza dell'intendimento del Comune di procedere alla scelta dello Sponsor e della conseguente partecipazione dei soggetti interessati.
2. L'avviso deve contenere i seguenti elementi:

- a. L'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello Sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
 - b. L'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario o la determinabilità dello stesso;
 - c. I requisiti necessari per partecipare alla procedura;
 - d. Le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
 - e. Il criterio di valutazione delle offerte.
3. L'offerta deve essere presentata secondo le modalità ed i tempi previsti dall'avviso/lettera invito e, di regola, deve indicare:
 - a. Il bene, il servizio, l'intervento, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b. L'accettazione delle condizioni previste nell'avviso e/o lettera;
 - c. L'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti il messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
 4. L'offerta deve essere corredata delle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a. Inesistenza delle cause di esclusione di partecipazione alle procedure ad evidenza pubblica previste dall'art. 80 del D. Lgs. 50/2016.
 5. L'offerta deve inoltre contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti il messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

Art. 7 – Valutazione delle offerte

1. Le offerte di sponsorizzazioni sono valutate dal settore/servizio che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nella lettera di invito.
2. Nelle ipotesi in cui il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia rappresentato da una fornitura o un servizio, i criteri di aggiudicazione devono basarsi sulla valutazione della qualità del "prodotto offerto" dallo Sponsor quale controprestazione, valutati dal Responsabile competente che potrà avvalersi di un'eventuale apposita Commissione, che saranno indicati nell'avviso pubblico/lettera di invito, da stabilirsi e disciplinarsi sulla base ed in relazione alla tipologia dell'intervento. È auspicabile individuare tra gli elementi di valutazione:
 - a. Il valore economico del "prodotto" offerto;
 - b. La convenienza dell'amministrazione ad acquisire lo stesso;
 - c. La fiducia per l'immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno sulla stessa pubblicazione dell'attività sponsorizzata.
3. Devono essere privilegiati l'utilizzo di criteri qualitativi che consentono di valutare, in termini oggettivi, sia la funzionalità dell'offerta, sia il valore che la stessa assume nei confronti dell'interesse pubblico che si intende soddisfare attraverso il contratto di sponsorizzazione.
4. Nel caso in cui la prestazione dello sponsor sia di tipo strettamente economico, si adotterà il criterio dell'offerta più elevata.
5. Al termine delle operazioni di valutazione il Responsabile competente che ha dato avvio alla procedura dovrà adottare determinazione di approvazione del verbale e conseguente aggiudicazione ai fini dell'assegnazione del contratto di sponsorizzazione al soggetto selezionato, con contestuale approvazione di una graduatoria.

Art. 8 – Recepimento di proposte spontanee

1. Il Comune può recepire proposte spontanee formulate da soggetti interessati a sponsorizzare la realizzazione di interventi o di attività che risultino rispondenti al pubblico. In tal caso la proposta deve

essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare, nonché il corrispettivo della sponsorizzazione.

2. Detta proposta deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Comune con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.
3. Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al comma 2 avviene mediante deliberazione della Giunta comunale. Ove venga valutata positivamente l'iniziativa di cui al comma 2, il Responsabile competente attiva la procedura mediante apposita determinazione a contrattare approvando e pubblicando un apposito avviso con le modalità previste dall'art. 7 del presente regolamento, che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso si procederà, secondo quanto dettato dall'art. 7 del presente regolamento, alla individuazione dell'aggiudicatario. Nel caso non pervengano proposte entro il termine fissato, si procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto proponente. Nel caso pervengano altre proposte, l'originario soggetto proponente potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dal Comune più conveniente. In questo caso il soggetto proponente sarà l'aggiudicatario.

Art. 9 – Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale devono essere indicati:
 - a. Il contenuto della sponsorizzazione e le modalità di esercizio del diritto dello Sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario e le specifiche condizioni relative all'eventuale organizzazione di ulteriori attività promozionali;
 - b. L'eventuale diritto di esclusiva;
 - c. Il diritto dello Sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario e la descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;
 - d. La durata del contratto di sponsorizzazione e la sua eventuale rinnovabilità o proroga;
 - e. Il valore del contratto;
 - f. Gli obblighi assunti a carico dello Sponsor, l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e alla veicolazione del messaggio pubblicitario;
 - g. Le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
 - h. Le eventuali garanzie richieste allo Sponsor, quali a titolo esemplificativo cauzioni e polizze assicurative;
 - i. Le possibili cause di risoluzione del contratto e di recesso a favore del Comune;
 - j. L'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
 - k. L'onere delle spese di bollo, dell'eventuale registrazione e delle altre spese contrattuali.
2. I contratti di sponsorizzazione devono inoltre prevedere clausole inerenti garanzie e forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello Sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
3. La forma del contratto, salva diversa indicazione nella determina a contrattare di avvio della procedura, è la seguente:
 - a. Scrittura privata per i contratti aventi un valore economico fino ad € 40.000,00;
 - b. Pubblica amministrativa per i contratti aventi un valore economico superiore ad € 40.000,00.

Art. 10 – Versamento del corrispettivo

1. Fatta esclusione dei casi previsti al comma 2 e salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito nella misura del 30% al momento della sottoscrizione del contratto e nella misura del restante 70% a conclusione dell'evento.
2. Nel caso in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione al soggetto organizzatore dell'evento, lo Sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, previo nulla osta dell'Amministrazione comunale di attestazione dell'avventura esecuzione delle prestazioni.
3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte del Comune sulle somme versate dallo Sponsor a titolo di garanzia ove siano previste nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 11 – Sponsorizzazione di lavori pubblici e di interventi e manutenzione su beni del patrimonio comunale, anche sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Il Comune può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori ed il collaudo per la realizzazione o la manutenzione di lavori e opere a destinazione pubblica.
2. È di competenza del Comune l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo predisposto dallo Sponsor nonché l'approvazione dei collaudi ivi compresi quelli in corso d'opera effettuati dallo sponsor.
3. Gli Sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
4. I soggetti eventualmente individuati dagli Sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
5. 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.
6. Il Comune impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.

Art. 12 – Esclusione delle sponsorizzazioni

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura stragiudiziale o giudiziale con l'amministrazione comunale o che esercitano attività istituzionali di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Art. 13 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. Oltre alle esclusioni previste nel precedente articolo, Il Comune si riserva a proprio insindacabile giudizio, di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione o di recedere dal contratto sottoscritto qualora:
 - a. Ritenga che ne possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b. Ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine e/o

- alle proprie iniziative o finalità.
- c. La reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
 - d. Lo sponsor abbia pendenze con l'Ente.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti
 - a. Propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - b. Pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico, case da gioco;
 - c. Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo e odio razziale;
 3. In caso di associazioni no-profit e/o associazioni e/o comitati che desiderano promuovere le proprie iniziative sul territorio comunale con appositi cartelli dovranno altresì attenersi al presente regolamento e alle seguenti condizioni:
 - a) Presentare layout all'ufficio comunale competente;
 - b) Indicare con apposita piantina la zona nella quale si vuole inserire l'apposito cartello.

Art. 14 – Aspetti fiscali e contabili

1. Le iniziative derivanti dal contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale vigente, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
2. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi, forniture o lavori a carico dello sponsor si dà luogo ad una operazione permutativa.
3. A seguito della stipulazione del contratto di sponsorizzazione il responsabile competente ne trasmette copia al responsabile del settore finanziario affinché quest'ultimo predisponga le opportune procedure contabili anche ai fini di ridestinare i risparmi di spesa derivanti dalla sponsorizzazione così come segue:
 - a. I risparmi di spesa, accertate dal Responsabile, possono essere utilizzati in primis all'interno dello stesso capitolo di spesa (PEG);
 - b. la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali.

Art. 15 – Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente dal punto di vista organizzativo ed economico, affidare ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni.

Art 16 – Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette al controllo periodico da parte dei Responsabili di settore interessato, al fine di verificare il corretto adempimento di tutte le clausole contrattuali.
2. In caso di difformità, le stesse devono essere comunicate allo Sponsor, il quale dovrà attenersi a quanto stabilito dal contratto in essere. In caso contrario il contratto dovrà considerarsi risolto.

Art 17 – Recesso – Risoluzione

1. In ogni contratto deve essere prevista la facoltà per il Comune di recedere dal contratto prima della scadenza, per ragioni di pubblico interesse.
2. In ogni contratto deve essere prevista, inoltre, la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi

danno all'immagine del Comune o non siano perseguiti i fini di pubblica utilità al quale l'Ente deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno. In tale ipotesi le eventuali spese di registrazione dell'atto di registrazione dell'atto di risoluzione contrattuale saranno a carico dello sponsor.

3. Analogamente, deve essere prevista clausola risolutiva espressa in caso di mancato o parziale pagamento del corrispettivo pattuito, o di inadempimento totale o parziale della prestazione, fatto salvo il risarcimento di ogni maggior danno.

Art 18 – Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti nell'ambito di una procedura di sponsorizzazione sono trattati esclusivamente per le finalità dalla stessa previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D. Lgs. 193/2006 e dal Regolamento (UE) 2016/679.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Trezzano Rosa, nella persona del sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento dei dati in conformità della legge citata.
4. I dati sono trattati, in conformità alle normative vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e/o privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art 19 – Rinvii

1. Per ogni aspetto a cui non si fa esplicito riferimento nel presente regolamento si fa rinvio:
 - a. Per il profilo contrattuale alle relative disposizioni del codice civile e alla normativa speciale in materia;
 - b. Per l'utilizzo dei marchi al D. Lgs. 10 febbraio 2005 n. 30 nonché alla normativa speciale in materia;
 - c. Per i dati personali raccolti si fa riferimento al Regolamento (UE) 2016/679;
 - d. Per gli aspetti fiscali si fa riferimento alla normativa vigente.