



CITTA' DI ALBANO LAZIALE

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

INDICE

Art. 1 – Oggetto e Finalità

Art. 2 – Definizioni

Art. 3 – Contenuti delle sponsorizzazioni e condizioni

Art. 4 – Procedure di selezione dello sponsor

Art. 5 – Esclusioni

Art. 6 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 7 – Facoltà di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili

Art. 8– Contratto di sponsorizzazione

Art. 9 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

Art. 10 – Aspetti fiscali

Art. 11 – Iniziative delle circoscrizioni

Art.12 – Verifiche e controlli

Art. 13 – Patrocini e contributi

Art. 14 – Controversie

Art. 15 – Riserva organizzativa

Art. 16 – Norme di rinvio

Articolo 1

OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento intende disciplinare - nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali, approvato con D. Lgs. 18.8.2000 n. 267, nell'art. 43 della Legge n. 449/1997 e delle vigenti disposizioni dei CC.CC.NN.LL., del decreto legge n°5 del 2012 e della deliberazione n°9 del 8/02/2012 dell' autorità Avcp, nonché nell'art. 120 del D.Leg. 42/2004, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sportivi, sociali, ricreativi e altro, promossi dall'Amministrazione Comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.
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 offerti al cittadino.

Articolo 2

DEFINIZIONI

Ai fini del presente Regolamento si intende:

3. per "contratto di sponsorizzazione" (di seguito denominato "Contratto") un contratto atipico a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative od attività culturali, sportive, sociali, ricreative, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, nome, marchio o altri elementi distintivi di un terzo (soggetto sponsorizzante o sponsor) in appositi e predefiniti spazi pubblicitari con la prospettiva di conseguirne un beneficio di immagine, il quale si obbliga, a sua volta, a corrispondere un determinato corrispettivo in denaro e/o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta beni e servizi secondo le prescrizioni del bando di gara;
1. per "sponsorizzazione" ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali e/o in servizi o lavori) diretta o indiretta, proveniente da terzi 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;
2. per "sponsor" ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D. Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
3. per "spazio pubblicitario" lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni (marchio, nome, logo, attività) di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Articolo 3

CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E CONDIZIONI

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.

1. La Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente/ R.S. o Responsabile del Servizio (R.S.) per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
2. Il Dirigente/ R.S. o R.S., può comunque acquisire beni e servizi a titolo gratuito, ancorché non specificatamente previsti nei capitoli di spesa ordinari; in tal caso non si fa luogo alla ripartizione dei proventi di cui al successivo art. 6.
3. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) il perseguimento di interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
 - c) il conseguimento dei vantaggi di cui all'art. 2, comma 2 .

Articolo 4

PROCEDURA DI SELEZIONE DELLO SPONSOR

1. La ricerca dello sponsor per il finanziamento di eventi, con iniziativa da parte dell'Amministrazione, è effettuata secondo la procedura negoziata della trattativa privata.
2. La trattativa privata è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso all'Albo Pretorio, inserimento nel sito internet istituzionale del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso, di cui al precedente comma 2, reca in generale:
 - l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
 - l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta;
 - l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - altre particolari richieste per la positiva riuscita dell'iniziativa.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:
 - l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
 - il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte da soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza attestanti:
 - per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

- a) l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);
- d) l'inesistenza di una delle cause di esclusione di cui all'articolo 7.

- per i soggetti pubblici

- a) Il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

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.

I soggetti proponenti sia pubblici che privati devono altresì documentare, anche attraverso autocertificazione o se richiesta dall'Amministrazione, la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e criteri etici di cui all'art.7 del presente regolamento.

6. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con determinazione dirigenziale del Settore competente per materia.
7. Ove pervengano più offerte, esaurita la fase di selezione secondo i criteri elencati negli articoli precedenti, viene approvata, con apposito atto dirigenziale, la graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
8. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo - economici fissati nell'avviso (valore economico, convenienza dell' Amministrazione ad acquisire lo sponsor nelle propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno della pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili).
9. Ove pervenga all' Amministrazione, da parte di un soggetto sponsor, una proposta di sponsorizzazione d'iniziativa finalizzata ad un determinato evento, l'amministrazione stessa valutandone l'opportunità e rispondenza alle del presente regolamento, predispone 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 finalizzate al finanziamento dell'evento. Alla scadenza dei termini fissati nell' avviso, l'Amministrazione procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, alla individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del prezzo. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario.

10. Per prestazioni di sponsorizzazioni, sempre di iniziativa dello sponsor, riconducibili a forniture e servizi di importi inferiori a 20.000 euro e a lavori di importi inferiori a 40.000 euro l'affidamento può avvenire anche direttamente con valutazione e determinazione dirigenziale.

ART. 5 ESCLUSIONI

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.
2. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i partiti politici, le liste civiche, le associazioni aventi finalità politiche.

ART.6 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. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) Nella misura fino al 15% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'01.04.1999, previa valutazione dell'O.I.V.;
 - b) Nella misura fino al 15% sono destinate alla implementazione del fondo della retribuzione di posizione e del risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL 01.04.1999, previa valutazione dell'O.I.V.;
 - c) Nella misura del 20% sono destinate al finanziamento di iniziative istituzionali, sociali, culturali, turistiche, sportive, di intrattenimento, di attività produttive del territorio nonché formative del personale;
 - d) Nella misura del 10% saranno destinate all'attività del settore o servizio interessato dalla sponsorizzazione;
 - e) La restante quota, nella misura minima del 40% costituisce economia di bilancio
3. La ripartizione delle incentivazioni dei dirigenti/R.S. o loro delegati varierà da un minimo del 2% ad un massimo del 5% dell'importo della sponsorizzazione. Tale percentuale è da intendersi unica per tutti i dirigenti/R.S. partecipanti all'iniziativa. La percentuale delle incentivazioni del personale di categoria varierà da un minimo del 5% ad un massimo del 25% . Nell'ipotesi di gruppi di lavoro costituiti da poche unità operanti, l'incentivazione individuale dei dipendenti non potrà superare l'80% di quella del dirigente/ R.S. del settore interessato.
4. L'assegnazione delle quote di risorse come sopra definite sarà stabilita, di volta in volta, con apposita determinazione dirigenziale e in conformità agli atti di indirizzo della Giunta Comunale in materia di sponsorizzazione.

5. La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base della relazione finale di conclusione dell'iniziativa della sponsorizzazione da parte del dirigente/ R.S. interessato.

ART.7

FACOLTA' DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

1. L' Amministrazione comunale, attraverso delibera di Giunta 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 o attività;
 - c. ritenga opportuno effettuare ulteriori verifiche, a seguito di segnalazione di opportunità generale, avanzata da cittadini o da altri organi interni dell'Amministrazione Comunale.
2. Sono in ogni caso escluse, le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, alcoolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale e comunque vietate in tutto o in parte secondo la normativa in vigore;
 - b. Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia e/o di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa parte di partiti e/o altre forze istituzionalmente rappresentate.
3. Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi come definiti dalla Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani del 13 Agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare:
 - a. rispetto del diritto pari opportunità e a trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);
 - b. rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - c. rispetto dei diritti dei lavoratori (inclusi specificamente l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
 - d. rispetto degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinari e degli interessi pubblici; politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;
 - e. rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di dumping, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure ai sensi della vigente normativa);
 - f. rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto serra e distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali, a tutti gli inquinamenti chimici).

4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari).
5. Sono inoltre esclusi soggetti, imprese, prodotti che siano stati fornitori o sostenitori di eventi bellici.
6. Saranno altresì escluse le banche che, a partire dal secondo anno dalla data di approvazione del presente Regolamento, risulteranno coinvolte nel finanziamento all'export di armi come da relazione annuale del Ministero dell'Economia e delle Finanze prevista dalla legge 185/1990.
7. Sono infine escluse quelle imprese che realizzino riduzioni collettive illegittime di personale.
8. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta dal Dirigente/ R.S. o Responsabile di Servizio , anche sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali.

Il Dirigente/ R.S. o Responsabile di Servizio, se richiesto di esprimere il proprio parere, può avvalersi di ogni fonte di informazione, ivi compresi i contributi conoscitivi forniti da organizzazioni non governative riconosciute a livello internazionale e da associazioni e centri di ricerca presso di esse accreditate.

ART. 8 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'Amministrazione Comunale, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultano stabiliti:
 - a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - b) il diritto dello Sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefits, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
 - d) l'individuazione della platea/pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello Sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor stesso;
 - e) la durata del contratto di sponsorizzazione (se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato, continuata nel tempo, il contratto deve essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata);
 - f) gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
 - g) la specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione;
 - h) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - i) le modalità procedurali, le garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa) e le responsabilità;
 - j) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.

2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell' Amministrazione comunale.
3. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente/ R.S. /Responsabile di Servizio dell'ufficio o del servizio espressamente indicato nel bando pubblico.
4. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l' utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nella proposta (progetto) di sponsorizzazione.
5. L'autorizzazione all'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" sarà automaticamente concessa qualora sia di competenza del Comune ; qualora necessiti di nulla osta, pareri , autorizzazioni di altri Enti o soggetti, lo Sponsor dovrà ottenerli prima della stipula del Contratto di Sponsorizzazione.

ART. 9

VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Fatta esclusione dei casi di cui al comma 2 e salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito di norma , nella misura del 30%, al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria Comunale e, nella misura del restante 70%, il giorno in cui ha inizio l'evento.
2. A garanzia di detto importo e nel caso di contratti di lungo periodo, quale condizione essenziale per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione allo Sponsor potrà essere richiesta la costituzione, sempre al momento della sottoscrizione del contratto, di apposita polizza fidejussoria , a favore dell' Amministrazione Comunale.
3. Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione a soggetto "terzo" lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, con le medesime modalità previste nel precedente comma 1 previo nulla osta della Amministrazione Comunale.
4. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione Comunale sulle garanzie prestate dallo sponsor qualora previste nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 10

ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione
 - a. per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma direttamente erogata ovvero corrispondente al valore dei beni e/o servizi forniti dallo sponsor ovvero stanziata per la specifica iniziativa.

- b. Se correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al punto a).
2. Nel caso contemplato al comma 2 dell'art. 9 del presente regolamento, gli aspetti fiscali saranno regolati tra lo sponsor e il soggetto terzo.
3. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'IVA secondo le previsioni dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

ART. 11 VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte dell'Amministrazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente notificate allo Sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti specificatamente nel relativo contratto di sponsorizzazione.

ART. 12 PATROCINI E CONTRIBUTI

L'Amministrazione Comunale si riserva di valutare la concessione di patrocini e contributi sulla base dei principi di cui all'art. 7.

ART. 13 CONTROVERSIE

Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Velletri

ART. 14 RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune secondo il presente Regolamento.
2. E' facoltà della Giunta Comunale, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel settore d'intervento, senza onere a carico dell'Ente Tali ditte saranno ricompensate per la loro prestazione con una determinata percentuale della sponsorizzazione stessa e per la selezione degli sponsor dovranno applicare la procedura di evidenza pubblica e le altre norme contenute nel presente regolamento.

ART. 15 NORME DI RINVIO

Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.