



COMUNE DI CAMPO NELL'ELBA
(Provincia di Livorno)

**REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI
DI LAVORI, SERVIZI E FORNITURE**

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n.10 in data 18.02.2015

ART.1 FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina i rapporti afferenti alla sponsorizzazione e più in generale la conclusione di speciali accordi di collaborazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 (e successive modifiche ed integrazioni, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 26 del D.Lgs. 163/06 e dell'art. 120 del D.Lgs 42/2004).
2. Le iniziative di sponsorizzazioni nonché gli accordi di collaborazione tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di economie di bilancio, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali, con lo scopo di perseguire le finalità di pubblico interesse nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia, trasparenza che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione. L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi dell'Amministrazione Comunale.
3. I progetti, le proposte e le attività oggetto di sponsorizzazione e accordo di collaborazione devono:
 - risultare conformi ai fini istituzionali dell'Ente;
 - riguardare le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previste a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria;
 - perseguire finalità di pubblico interesse;
 - tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali;
 - osservare criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

ART.2 CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E FINALITÀ

1. I contratti di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione possono essere conclusi con "soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale chiunque, in ragione della propria attività si occupa di problematiche non in conflitto con l'interesse pubblico.
2. La conclusione del contratto tende alla realizzazione o acquisizione senza corrispettivo in denaro di interventi, servizi, prestazioni, beni o l'equivalente corrispettivo inerenti programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente. Il risultato della sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio.

ART.3 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e/o marchio in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti (in tal caso sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata ai fini prefissati), provenienti da terzi, come corrispettivo della pubblicizzazione della propria ragione sociale e/o marchio aziendale;
 - c) per sponsor, il soggetto pubblico e/o privato che intende stipulare il 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 sua pubblicità;
 - e) per "sponsor"/"collaborante" il soggetto privato (persona fisica o giuridica), il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione/per accordo di collaborazione con il Comune;
 - f) per "sponsee" il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione Comunale.
2. Inoltre, ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta a favore dell'Amministrazione comunale di somme di denaro, di forniture, servizi o lavori quando tali erogazioni sono effettuate dal privato a titolo di liberalità, di contributo o di mero "mecenatismo".
 3. L'accettazione di tali erogazioni da parte dell'Amministrazione comunale è subordinata ad una verifica anche ai sensi dell'art. 8, comma 1.

ART.4

PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono definite dalla Giunta, anche sulla base delle proposte formulate dai Responsabili dei Servizi.
2. La Giunta Comunale indica l'entità delle esigenze, le finalità da perseguire e gli spazi da offrire agli sponsor.
3. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previste a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria.
4. L'avviso di sponsorizzazione/collaborazione risulta necessario:

- a) sia nelle ipotesi in cui l'iniziativa per la sponsorizzazione/accordo di collaborazione provenga dall'Amministrazione Comunale,
 - b) sia nelle inverse ipotesi in cui l'Amministrazione Comunale sia destinataria di una proposta di sponsorizzazione/accordo di collaborazione.
5. Dell'Avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserito nel sito internet del Comune, e con ogni altra forma di pubblicità ritenuta di volta in volta più idonea e conveniente per una maggiore conoscenza e partecipazione.
6. L'Avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
- a) l'oggetto della sponsorizzazione e/o contratto di collaborazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico progetto e/o capitolato di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario
 - c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
7. L'offerta deve in ogni caso indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.
8. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- a) l'inesistenza delle condizioni a contrarre con la pubblica amministrazione, ed 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;
 - d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - e) il nome del rappresentante legale o del soggetto munito del potere di rappresentanza;
 - f) l'eventuale qualificazione in caso di effettuazione di lavori pubblici;
 - g) l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
9. Le offerte sono valutate, nel rispetto dei criteri stabiliti nel bando pubblico, da una Commissione di Gara composta:
- a) Responsabile di Settore per il quale è prevista la sponsorizzazione, in qualità di Presidente;

b) da due dipendenti comunali, scelti prioritariamente tra i soggetti incaricati di Posizione organizzative.

10.1 progetti/proposte di sponsorizzazione/collaborazione si suddividono in due macrotipologie:

a) progetti/proposte il cui veicolo è rappresentato da un evento correlato alle attività dell'ente:

- sponsorizzazioni di eventi sportivi, culturali, sociali e altro;
- abbinamenti commerciali (es. abbinamento allo sponsor/collaborante di un monumento, piazza, via, ponte, isola pedonale, fontana, pensilina, rotatorie e altro);
- cura di aree verdi
- - servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor/collaborante come corrispettivo (es. illuminazioni natalizie, pulizia di giardini, pulizia scuole e palestre e simili);
- fornitura di beni (es. panchine, cestini gettacarta, 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;
- altre iniziative simili a quelle evidenziate nei punti precedenti.

b) progetti/proposte di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da spazi e immagini riconducibili all'ente:

- sponsorizzazioni sul sito internet dell'ente: trattasi della possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari;
- utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dell'ente o all'esterno (es: impianti sportivi, Orto dei Semplici) , sempre rispettando il divieto di pubblicità commerciale;
- titolazione di spazio (es. sale da teatro, palestre, sale riunioni, giardini, altro);
- abbinamenti commerciali (es. abbinamento allo sponsor/collaborante di un monumento, piazza, via, ponte, isola pedonale, fontana, pensilina e altro);
- marchiatura delle portiere degli automezzi dell'ente;
- predisposizione di gadgets (forniti dallo sponsor/collaborante) con abbinamento con l'ente;
- altri interventi simili a quelli riportati nei precedenti punti, anche riferiti a spazi o immagini che si dovessero rendere disponibili in futuro.

11. È facoltà del Responsabile del Servizio procedere all'affidamento diretto nei seguenti casi:

a) in caso in cui siano state esperite senza esito le procedure di cui al comma 1;

b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la negoziazione a soggetti determinati;

c) nel caso di sponsorizzazioni/accordi di collaborazione il cui valore sia inferiore a Euro 10.000,00.

ART.5 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

1. Qualora non sia possibile la sponsorizzazione plurima dell'iniziativa, il contratto è aggiudicato, di norma, in base ai seguenti criteri:

a) maggiore valore economico offerto dal privato in termini di denaro o di prestazione;

b) offerta economicamente più vantaggiosa, valutabile in base ad elementi economici e qualitativi individuati dal Responsabile nell'avviso o nella lettera di invito, quali, a titolo meramente esemplificativo, i profili tecnici della proposta, le caratteristiche estetiche, la qualità dello sponsor in termini di fiducia e immagine, il termine di consegna o di esecuzione, il valore economico della sponsorizzazione, la durata.

2. I partecipanti alla procedura per l'affidamento di sponsorizzazioni non hanno diritto ad alcun rimborso spese.

3. Qualora a seguito dell'indagine di mercato non sia stata presentata nessuna offerta o nessuna offerta valida o ritenuta appropriata, il Responsabile può procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione, previa verifica dei requisiti richiesti e previa valutazione della congruità e convenienza della proposta. (art. 4 C. 8).

ART. 6 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E/O ACCORDO DI COLLABORAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

a) l'oggetto della sponsorizzazione/accordo di collaborazione;

b) la completa descrizione delle parti dei reciproci obblighi e delle modalità di attuazione della sponsorizzazione/accordo di collaborazione;

c) l'eventuale diritto di "esclusiva";

d) la durata del contratto;

e) il corrispettivo e la fatturazione;

f) le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;

g) le responsabilità e impegni reciproci;

h) le possibili cause di risoluzione del contratto e le clausole di tutela

rispetto alle eventuali inadempienze;

i) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;

l) la disciplina del recesso: in ogni contratto dovrà essere prevista la facoltà per l'Amministrazione Comunale di recedere dal rapporto prima della scadenza, subordinata alla tempestiva comunicazione per iscritto alla controparte. Inoltre, nel contratto di sponsorizzazione/accordo di collaborazione deve essere prevista, la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danni all'immagine del Comune, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

m) Valore della sponsorizzazione;

2. Il contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore competente. In tale contratto viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel bando e/o nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.

ART.7

UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI E/O ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1. Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione, che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerati risparmi di spesa. Tali risparmi di spesa possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) nella misura del 30%, sono destinate all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività; .
 - b) nella misura del 60%, sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - c) la restante quota del 10% costituisce economia di bilancio.

ART.8

DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione 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 opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione 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 DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

ART. 10 ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa. La fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota 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 di cui al comma precedente.

ART.11 VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile di Settore 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 l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 12 RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione sono effettuati direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. 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. In tal caso il personale dipendente non concorrerà al riparto sui risparmi di spesa di cui al precedente art.8.

ART. 13
ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entra in vigore contestualmente all'avvenuta esecutività della delibera di approvazione da parte del Consiglio comunale.