



COMUNE DI SAN GERMANO DEI BERICI
Provincia di Vicenza

REGOLAMENTO SULLA DISCIPLINA CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

IL SINDACO
Gr. Uff. Alberto ZANELLA

IL SEGRETARIO
Avv. Giuseppe SPARACIO

Approvato con delibera di Consiglio comunale n. 7 del 16.03.2015

SOMMARIO

Articolo 1 – Oggetto	pag. 3
Articolo 2 – Finalità	pag. 3
Articolo 3 - Ambito di applicazione	pag. 3
Articolo 4 – Definizioni	pag. 3
Articolo 5 – Contenuto	pag. 3
Articolo 6 - Sponsorizzazioni di interventi su beni tutelati	pag. 4
Articolo 7 – Vincoli	pag. 4
Articolo 8 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	pag. 4
Articolo 9 - Progetto di sponsorizzazione	pag. 5
Articolo 10 - Sistema di scelta dello sponsor	pag. 5
Articolo 11 - Determinazione a contrattare e contenuti	pag. 6
Articolo 12 – Contratto	pag. 6
Articolo 13 – Esclusioni	pag. 7
Articolo 14 - Affidamento del contratto	pag. 8
Articolo 15 - Aspetti contabili e fiscali	pag. 8
Articolo 16 - Verifiche e controlli	pag. 8
Articolo 17 – Rinvio	pag. 8

ARTICOLO 1 – OGGETTO

1. Il presente regolamento disciplina le sponsorizzazioni che il Comune intende attivare quale soggetto passivo in attuazione dell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, dell'articolo 119 del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267, dell'art. 26 e 199 bis del Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163, di seguito denominato Codice.

ARTICOLO 2 – FINALITÀ

1. Le iniziative di sponsorizzazione consentono la realizzazione di economie di spesa, una migliore qualità nei servizi erogati alla collettività e possono incentivare e promuovere l'innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente.

ARTICOLO 3 - AMBITO DI APPLICAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione con soggetti privati (società di persone e di capitali, imprese individuali, associazioni ecc.) e pubblici.

ARTICOLO 4 – DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per “*contratto di sponsorizzazione*” (di seguito "Contratto"), un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (*sponsee* - sponsorizzato) offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative, sportive e altro, ad un soggetto (*sponsor*), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, nei modi previsti dal Contratto la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili;

b) per “*sponsorizzazione*”, ogni contributo che può consistere in una somma di denaro, nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi, nella realizzazione in tutto o in parte di opere pubbliche e/o di interesse pubblico, negli interventi ricadenti su beni patrimoniali o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, il marchio, il prodotto dello sponsor;

c) per “*sponsor*”, il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale, in cambio della veicolazione del proprio nome nell'ambito di una iniziativa attuata dallo *sponsee* al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;

d) per “*sponsee*”, il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello sponsor;

e) per “*spazio pubblicitario*”, lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

ARTICOLO 5 – CONTENUTO

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione riguarda tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi, le opere pubbliche e la eventuale gestione ad uso pubblico di uno o più immobili di proprietà comunale, inserite nella programmazione dell'Ente laddove previsto dalla normativa vigente.

2. Il contratto di sponsorizzazione ha ad oggetto:

a) la fornitura di materiale/attrezzature;

b) la gestione di un'opera/area;

- c) la realizzazione in tutto o in parte di un'opera;
- d) la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
- e) un contributo in denaro, anche mediante accollo, da parte dello sponsor, delle obbligazioni di pagamento dei corrispettivi di un appalto dovuti a terzi dall'Amministrazione;
- f) un miglioramento delle condizioni e modalità di utilizzo degli immobili di proprietà comunale.
- g) interventi su beni sottoposti a tutela di cui all'art. 6 del presente Regolamento.

3. I casi di cui al comma 2, lettere a, b, c, d, f, g rientrano nell'ambito della cosiddetta sponsorizzazione tecnica; il caso di cui alla lettera e, invece, integra la cosiddetta sponsorizzazione di puro finanziamento.

ARTICOLO 6 - SPONSORIZZAZIONI DI INTERVENTI SU BENI TUTELATI

1. I contratti di sponsorizzazione che hanno ad oggetto interventi di restauro di beni culturali architettonici e monumentali, il recupero di opere d'arte e/o di archivi storici, sono stipulati a seguito delle procedure previste dall'art. 199 bis del Codice dei contratti pubblici (D.Lgs. n. 163/2006 e ss.mm.ii.).

2. I contratti di sponsorizzazione di cui al comma 1 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.

ARTICOLO 7 – VINCOLI

1 Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione, sanciti dall'art. 43 della legge 27 dicembre 1997 n. 449 e ss.mm.ii.:

- a) devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
- b) devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- c) devono essere compatibili con la natura istituzionale dell'ente e garantire la posizione di imparzialità del medesimo;
- d) devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di maggiori entrate.

ARTICOLO 8 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. La Giunta Comunale formula indirizzi specifici ai Responsabili dei Servizi competenti per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione secondo le norme di cui al presente regolamento.

2. Il Responsabile competente elabora i programmi ed i progetti per i quali è possibile fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, quantificandone la valenza economico-finanziaria. Le attività relative a prestazioni di terzi ricadenti su beni patrimoniali (aree e fabbricati del patrimonio disponibile e indisponibile) formano oggetto di una proposta del Responsabile competente per materia, previa acquisizione del parere del Responsabile del Servizio Patrimonio.

3. Ai sensi dell'art. 199 bis del Codice dei contratti pubblici, per quanto concerne specificamente gli interventi relativi ai beni culturali, l'Amministrazione integra il programma triennale dei lavori con un apposito allegato che indichi i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali si intende ricercare sponsor per il finanziamento o la realizzazione degli interventi, predisponendo i relativi studi di fattibilità, anche semplificati o i progetti preliminari.

4. La Giunta Comunale procede all'approvazione del progetto di sponsorizzazione costituito dagli elaborati indicati nell'art.9 e da quelli richiesti per gli interventi di cui all'art.6 e ne dà

comunicazione al Consiglio Comunale nella prima seduta utile, fatta salva l'osservanza delle norme in materia di programmazione dei lavori pubblici.

5. L'Amministrazione comunale riconosce la possibilità che la sponsorizzazione avvenga per iniziativa di terzi. In questo caso il riconoscimento della utilità della proposta avviene con indirizzo della Giunta comunale. A seguito del citato indirizzo il Responsabile competente si attiva per formalizzare la proposta di sponsorizzazione ai sensi dell'art. 9 e affidarne la realizzazione ai sensi dell'art. 10.

ARTICOLO 9 – PROGETTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Nelle ipotesi previste dall'art. 5, comma 2, lettere b), c) e g) è obbligatorio predisporre un progetto di sponsorizzazione, redatto a cura del servizio proponente costituito, a seconda dell'attività da porre in essere, dalla seguente documentazione:

a) relazione descrittiva dell'intervento di sponsorizzazione, con specifico riferimento alla tipologia di prestazioni richieste (lavori, forniture, servizi), ai costi del progetto, distinti tra quelli a carico dell'amministrazione, se presenti, e quelli a carico dello sponsor;

b) piano finanziario della proposta di sponsorizzazione;

c) schema di contratto di sponsorizzazione;

d) cronoprogramma.

2. Il progetto di sponsorizzazione di interventi su beni immobili è integrato con la seguente documentazione:

a) elaborati finalizzati alla individuazione della consistenza immobiliare del bene di proprietà (rilievo fotografico, planimetria catastale, rilievo aereo fotogrammetrico, estratto del PAT, stima del valore dell'immobile e sua redditività *ex ante*);

b) elaborati finalizzati alla individuazione del valore patrimoniale *ex ante* ed *ex post*, contenenti tutti gli elementi economici idonei a valutare l'utilità ad avviare il procedimento.

ARTICOLO 10 - SISTEMA DI SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti procedure:

a) contratti di importo inferiore a €40.000,00, con affidamento diretto attraverso l'adozione di un provvedimento adeguatamente motivato che dà atto di una preventiva analisi comparativa dei prezzi offerti sul mercato da un numero congruo di soggetti (ad es. Avviso pubblico). E' fatta salva la possibilità di ricorrere comunque, al sistema di scelta dello sponsor di cui al successivo punto b);

b) contratti di importo pari o superiore a €40.000,00, secondo quanto previsto dall'art. 27 del Codice dei contratti pubblici (D.Lgs. n. 163/2006 e ss.mm.ii.);

c) contratti relativi ad interventi sui beni culturali, secondo la procedura prevista dall'art. 199 bis del Codice dei contratti pubblici (D.Lgs. n. 163/2006 e ss.mm.ii.).

2. La pubblicità, ove prevista, è effettuata all'Albo *on line* e sul sito istituzionale dell'ente; per quanto concerne gli interventi relativi ai beni culturali, si aggiungono le forme di pubblicità prescritte dall'art. 199-bis del Codice dei contratti pubblici (D.Lgs. n. 163/2006 e ss.mm.ii.).

3. L'Amministrazione prevede, ai sensi dell'art. 66 del Codice dei contratti pubblici (D.Lgs. n. 163/2006 e ss.mm.ii.), ulteriori forme di pubblicità in considerazione della specificità del singolo caso oggetto di sponsorizzazione.

4. Si applicano, inoltre, nel caso di lavori, servizi o forniture acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.

5. Le proposte di sponsorizzazione di importo superiore a €40.000,00, sono valutate da una Commissione costituita da 3 componenti, di cui almeno 2 Responsabili di area, nominata e presieduta dal Responsabile del Servizio competente.

ARTICOLO 11 - DETERMINAZIONE A CONTRATTARE E CONTENUTI

1. Il Responsabile del Servizio competente, in relazione a singoli progetti, avvia il procedimento con l'adozione di una determinazione a contrattare che approva un avviso con il quale si chiede la presentazione di un'offerta da parte di soggetti interessati alla stipula di contratti di sponsorizzazione.

2. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti elementi:

- a) l'oggetto del contratto secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- b) le modalità e i termini di presentazione delle offerte;
- c) i requisiti di partecipazione;
- d) le modalità e i criteri di valutazione delle offerte;
- e) le modalità di stipula del contratto;
- f) la durata e il valore del contratto;
- g) l'eventuale valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;
- h) l'eventuale divieto di subappalto;
- i) lo schema di contratto.

ARTICOLO 12 – CONTRATTO

1. Il contratto deve contenere, in particolare, i seguenti elementi minimi:

- a) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- b) le obbligazioni che lo *sponsee* garantisce allo sponsor in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda, etc.). La regolamentazione della pubblicità può essere contenuta in una clausola esemplificativamente di contenuto analogo a quello di seguito indicato: *“Il Comune di San germano dei Berici concede allo Sponsor, come sopra indicato, il diritto di pubblicizzare/sponsorizzare l'impresa/società/associazione/condominio tramite l'esposizione di n° __ cartelli informativi, collocati sulle aree oggetto di sponsorizzazione, nei luoghi esattamente individuati in relazione alla conformazione e superficie delle aree a verde ed alle valutazioni dell'ufficio tecnico. Tali cartelli devono rispettare le caratteristiche tecniche/estetiche indicate e le dimensioni standard definite dall'Amministrazione”*.
- c) le modalità di controllo del Comune, a cura del responsabile del procedimento, sull'esatta esecuzione del contratto;
- d) la definizione degli aspetti fiscali;
- e) le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
- f) la disciplina di eventuali contenziosi e le cause di recesso;
- g) le cause e le modalità di revoca del contratto;

h) il divieto di cessione contrattuale.

2. Nel caso di lavori di manutenzione o di riqualificazione che lo sponsor si obbliga ad effettuare in conformità al progetto approvato dal Comune, ovvero ad altra documentazione tecnica, il contratto di sponsorizzazione deve:

a) contenere un'apposita clausola con la quale l'amministrazione pone a carico dello sponsor l'obbligo di affidare i lavori a imprese qualificate ai sensi della vigente normativa;

b) porre a carico dello sponsor l'obbligo di osservare le norme in materia di trasporto e smaltimento rifiuti, di riduzione delle emissioni in atmosfera e di salvaguardia delle acque e del suolo;

c) contenere una specifica clausola che obblighi lo sponsor ad applicare al personale incaricato di svolgere gli interventi di manutenzione, nonché agli interventi agronomici, i CCNL di lavoro nonché la normativa vigente, ivi compresa quella relativa al diritto al lavoro dei disabili;

d) porre a carico dello sponsor la responsabilità per i danni a cose o a persone derivanti dalle attività o comunque riconducibili alle attività svolte dallo sponsor, in forza del relativo contratto e/o l'impegno dello sponsor a tenere indenne e a manlevare l'amministrazione comunale da ogni e qualsivoglia richiesta di risarcimento conseguente ai suddetti danni.

ARTICOLO 13 – ESCLUSIONI

1. L'Amministrazione rifiuta qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:

a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;

b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;

c) reperi la sponsorizzazione inattuabile per altri motivi di opportunità.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto le finalità di seguito riportate, anche se a titolo indicativo e non esaustivo:

a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b) pubblicità diretta o collegata alla incentivazione al gioco d'azzardo ed alla produzione o distribuzione di materiale a sfondo sessuale;

c) diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia o qualsiasi forma di discriminazione.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

a) non sono in possesso dei requisiti di cui all'art. 38 del Codice dei contratti pubblici (D.Lgs. n. 163/2006 e ss.mm.ii.);

b) si trovano in condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;

c) non dichiarano di rispettare i principi definiti dalla Risoluzione ONU 2003/16 del 13/08/2003:

1) diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;

2) diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;

3) diritti dei lavoratori;

4) rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;

- 5) obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
- 6) obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente;
- d) hanno in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale.

ARTICOLO 14 - AFFIDAMENTO DEL CONTRATTO

1. La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal Responsabile del Servizio competente sulla base delle risultanze del confronto concorrenziale.
2. Il Comune resta obbligato solo a seguito della sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione e, comunque, solo dopo la verifica del possesso da parte dell'aggiudicatario dei requisiti previsti per contrattare con l'Ente.

ARTICOLO 15 - ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in Bilancio, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile.
2. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale inerente alle imposte dirette, per quanto applicabili, alle imposte indirette (IVA, ecc.) ed ai tributi locali (COSAP, ecc.), alla cui applicazione si fa rinvio.

ARTICOLO 16 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del responsabile del procedimento, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni contenute nel contratto.

ARTICOLO 17 – RINVIO

1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.