



COMUNE DI FARA GERA D'ADDA
PROVINCIA DI BERGAMO

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

APPROVATO DAL CONSIGLIO COMUNALE CON DELIBERAZIONE N. 36 del 30.09.2011

INDICE

- Art. 1 - Oggetto e finalità
- Art. 2 - Contenuto delle sponsorizzazioni, destinatari e criteri di ammissibilità
- Art. 3 - Definizioni
- Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 5 - Corrispettivo della sponsorizzazione
- Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor
- Art. 7 - Non accoglimento delle proposte di sponsorizzazioni
- Art. 8 - Affidamento diretto
- Art. 9 - Recepimento di offerte spontanee
- Art. 10 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 11 - Contratto di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche
- Art. 12 - Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale
- Art. 13 - Sponsorizzazione di aree verdi comunali: individuazione aree verdi pubbliche da gestire attraverso l'istituto della sponsorizzazione
- Art. 14 - Modalità di gestione e cura del verde pubblico
- Art. 15 - Obblighi e responsabilità degli "sponsor" per la manutenzione delle aree verdi
- Art. 16 - Durata dell'accordo per la sponsorizzazione delle aree verdi
- Art. 17 - Risoluzione dell'accordo di collaborazione per la manutenzione delle aree verdi
- Art. 18 - Destinazione di una quota dei risparmi di spesa e delle entrate al personale
- Art. 19 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni
- Art. 20 - Aspetti fiscali
- Art. 21 - Trattamento dei dati personali
- Art. 22 - Verifiche e controlli
- Art. 23 - Controversie
- Art. 24- Norme di rinvio e adeguamento a norme di legge

Art. 1

Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 119 del D.Lgs. 18 agosto 2000 n. 267 e nell'art. 26 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163.

Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate a conseguire economie, a migliorare i servizi prestati, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché alla realizzazione di progetti e all'erogazione di servizi a carattere innovativo – sperimentale.

2. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività del Comune, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

Art. 2

Contenuto delle sponsorizzazioni, destinatari e criteri di ammissibilità

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici e privati, e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, beni, servizi, prestazioni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio, totale o parziale, rispetto allo stanziamento disposto.

2. Possono essere sponsorizzati servizi, attività, forniture, iniziative e lavori pubblici; la sponsorizzazione può coprire in tutto o in parte la spesa che il Comune dovrebbe sostenere e può consistere sia in un conferimento di denaro, sia in un'obbligazione di dare o fare da parte dello sponsor.

3. Il contratto di sponsorizzazione si concretizza in una minore spesa o una maggiore entrata o nella realizzazione anche parziale di uno degli interventi previsti nell'elenco annuale e nel piano triennale delle opere pubbliche.

4. La sponsorizzazione è ammessa, sempre che sia compatibile con la natura istituzionale del Comune, a condizione che siano perseguiti interessi pubblici e previa redazione di un piano finanziario che dimostri la convenienza per il Comune.

Art. 3

Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- per “**contratto di sponsorizzazione**”: un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l'amministrazione comunale (sponsee) garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto, a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro, a fornire beni o a prestare servizi o ad eseguire lavori o, comunque, a fornire una prestazione diretta o indiretta a favore del Comune;

- 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 di promuovere la propria immagine;

- per “**sponsor**”: il soggetto che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;

- per “**spazio pubblicitario**”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione, salvo quanto previsto al successivo art. 9, vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai funzionari. In alternativa, nel corso dell'anno, i funzionari possono sottoporre alla Giunta comunale ulteriori

iniziative di sponsorizzazione, che sono state presentate da soggetti terzi o individuate successivamente.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, i lavori e le prestazioni previsti a carico del bilancio comunale.

Art. 5

Corrispettivo della 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 dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure; al pagamento degli esecutori può provvedere anche direttamente lo sponsor;

b) in servizi, lavori e forniture, acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor: in questo caso, gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche.

Art. 6

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura aperta, preceduta dalla pubblicazione di un apposito avviso a cura del funzionario responsabile dell'iniziativa da sponsorizzare.

All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e/o attraverso altre forme ritenute, di volta in volta, più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione, quali, ad esempio, comunicazioni ad associazioni di categoria.

L'avviso deve contenere, in particolare:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti di volta in volta specificati dallo specifico capitolato o dal progetto di sponsorizzazione;
- b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
- c) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
- e) le modalità e i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione.

L'offerta deve, di regola, contenere:

- a) I dati relativi al proponente;
- b) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- c) il corrispettivo offerto;
- d) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni;
- e) l'accettazione di tutte le condizioni previste nell'avviso pubblicato o nel capitolato.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) per le persone fisiche:
 - l'insussistenza di cause che comportino l'incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla legislazione antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo per le imprese).
 - b) per le persone giuridiche:
 - oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di poteri di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
- Ulteriori dichiarazioni possono essere previste nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazioni o nell'avviso pubblico.

2. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate, in seduta pubblica, dal funzionario responsabile dell'iniziativa, che può avvalersi di una commissione, nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso di sponsorizzazione.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal funzionario competente.

Art. 7

Non accoglimento delle proposte di sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, può non accogliere le proposte di 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 propria immagine o alle proprie iniziative;
- c) ravvisi motivi di inopportunità generale;
- d) la reputi inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni 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 e armi;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

Art. 8

Affidamento diretto

1. Per le sponsorizzazioni relative alla fornitura di beni e servizi, per quelle relative a lavori pubblici, fino a € 40.000,00, l'Amministrazione comunale può prescindere dalla pubblicazione dell'avviso e affidare direttamente la sponsorizzazione.

2. Si può procedere inoltre all'affidamento diretto qualora, dopo la pubblicazione del bando, non siano pervenute offerte.

Art. 9

Recepimento di offerte spontanee

1. Qualora la proposta di sponsorizzazione sia presentata da soggetti terzi al Comune, i quali offrano spontaneamente beni, servizi, opere, contributi, attrezzature o quanto altro ritenuto necessario a rendere un servizio al cittadino, il funzionario dell'ufficio competente, sentita la Giunta e valutata l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito avviso pubblico che preveda, quale corrispettivo minimo richiesto per la sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente.

L'avviso esplicita l'intento del Comune di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate alla realizzazione di tale attività. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, il Comune procede, tramite selezione delle proposte pervenute, alla individuazione dello sponsor, sulla base di criteri prestabiliti.

L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dal Comune più conveniente; in questo caso il promotore sarà individuato come sponsor.

2. La disciplina di cui al comma 1 non si applica nel caso di sponsorizzazioni di valore inferiore a quanto previsto dall'art.8, comma 1.

Art. 10

Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è formalizzata attraverso un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata;
- b) il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione;
- c) l'importo della sponsorizzazione;
- d) le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le garanzie richieste e le responsabilità;
- e) gli obblighi dello sponsor e la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento;
- f) la disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
- g) le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.

2. Gli sponsor che hanno stipulato un contratto di sponsorizzazione possono cedere ad altri soggetti il diritto d'uso dello spazio pubblicitario, a condizione che siano in possesso di tutti i requisiti richiesti e che subentrino nelle obbligazioni sottoscritte, sempre che non si verifichino le ipotesi di cui all'art.7.

Art. 11

Contratto di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche

1. Possono costituire oggetto di contratto di sponsorizzazione anche l'esecuzione di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.

2. I contratti stipulati ai sensi del precedente comma 1 contengono l'esatta individuazione e quantificazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

3. Nel contratto di cui la precedente comma 2, 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. È 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 come corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti di qualificazione e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti come corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti di qualificazione e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 12

Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza per i beni architettonici e per il paesaggio, si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come previsto nel precedente art. 6, nonché le disposizioni vigenti in materia relativi ai requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.

2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto scelto deve essere in possesso di tutti i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente relativamente alla tipologia dell'intervento.

3. L'Amministrazione impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di sorveglianza, al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.

4. 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.13

Sponsorizzazione di aree verdi comunali: individuazione aree verdi pubbliche da gestire attraverso l'istituto della sponsorizzazione.

1. L'elenco e la classificazione delle aree verdi oggetto di sponsorizzazione è predisposto, con provvedimento annuale, dalla Giunta comunale.

2. L'area a verde affidata in gestione, previa pubblicazione di apposito bando, mantiene la funzione ad uso pubblico.

Art. 14

Modalità di gestione e cura del verde pubblico

1. La gestione e cura dell'area verde, oggetto dell'istituto della sponsorizzazione, potrà essere attuata direttamente dallo "sponsor" che sottoscrive il contratto con il Comune, o da Ditta specializzata nel settore a cui lo "sponsor" si affida a sue complete spese, nel rispetto delle previsioni contrattuali.

Quale contropartita della gestione dell'area il Comune provvederà a pubblicizzare tale collaborazione tramite appositi cartelli informativi collocati in loco; il numero di essi è stabilito dalla Giunta Comunale in relazione alla conformazione e superficie dell'area verde, su proposta dello "sponsor".

2. Le aree verdi dovranno essere conservate nelle migliori condizioni di manutenzione e con la massima diligenza sia per il miglioramento del verde e per la salvaguardia della salute ed igiene pubblica. La manutenzione delle aree verdi consiste nel taglio dell'erba, concimazione, irrigazione, trattamenti contro infestanti, potature ecc. secondo le migliori regole della tecnica.

Le modalità di manutenzione sono presentate dallo sponsor, approvate dal Comune e inserite nel contratto.

Art.15

Obblighi e responsabilità degli "sponsor" per la manutenzione delle aree verdi

1. Tutte le spese inerenti l'acquisto di materiali per la manutenzione ordinaria e straordinaria (fornitura e cura di essenze arboree e arbustive, di fiori ecc.), il pagamento del personale o Ditta eventualmente impiegati per la gestione delle aree verdi, le spese per l'acquisto e collocamento del cartello pubblicitario sono a totale carico degli "sponsor".

2. Gli "sponsor" assumono la responsabilità per danni a cose o persone imputabili a difetti di gestione o manutenzione e comunque derivanti dall'esecuzione del presente accordo, sollevandone contemporaneamente il Comune.

Art.16

Durata dell'accordo per la sponsorizzazione delle aree verdi

1. L' accordo di sponsorizzazione può avere una durata variabile da uno a tre anni a partire dalla sottoscrizione dell'accordo stesso e previo consenso tra le parti potrà essere rinnovato, nei termini e con le modalità previste dal contratto.

Art.17

Risoluzione dell'accordo di collaborazione per la manutenzione delle aree verdi

1. Se durante la gestione delle aree verdi da parte degli "sponsor" il Comune rilevasse inadempienze rispetto a quanto previsto nel presente regolamento e nel caso in cui venga abusivamente alterato o danneggiato lo stato dei luoghi l'accordo decade ed il Comune provvederà ad eseguire le opere necessarie al ripristino addebitandone il costo agli "sponsor".

2. L'inadempienza dovrà essere preceduta da regolare contestazione scritta alla quale lo "sponsor" avrà la facoltà di presentare le proprie controdeduzioni scritte, entro e non oltre 5 giorni dalla comunicazione della contestazione.

Per quanto non precisato nel presente regolamento si applicano le disposizioni di legge e regolamenti vigenti.

Art. 18

Destinazione di una quota dei risparmi di spesa e delle entrate al personale

1. A seguito dell'accertamento di risparmi di spesa ovvero di maggiori entrate conseguite attraverso la stipula dei contratti di sponsorizzazioni, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti, in sede di contrattazione decentrata, una quota può essere destinata al personale che ha contribuito alla loro formazione.

Art. 19

Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito con le modalità previste da ciascun avviso, che può prevedere, altresì, la costituzione di idonee garanzie.

Art. 20

Aspetti fiscali

1. Qualora il contratto di sponsorizzazione comporti l'erogazione di somme di denaro da parte dello *sponsor*, il Comune emette fattura per il relativo importo.

2. Qualora il contratto di sponsorizzazione comporti una prestazione di dare o fare da parte dello *sponsor*, il Comune emette fattura per il valore della promozione d'immagine fornita e lo *sponsor* emette fattura per il valore dei beni ceduti ovvero delle prestazioni rese al Comune.

Art. 21

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento sono 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 modifiche ed integrazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Fara Gera d'Adda e responsabile è il dirigente cui è

affidata l'iniziativa di sponsorizzazione. I dati, inoltre, possono essere portati a conoscenza dei preposti alla pratica, in qualità di incaricati del trattamento.

I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 22

Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del responsabile del procedimento della singola iniziativa di sponsorizzazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti previsti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente contestate allo sponsor; la contestazione e l'applicazione di eventuali penalità producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art.23

Controversie

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è devoluta al Foro di Bergamo, con esclusione del deferimento ad arbitri.

Art. 24

Norme di rinvio e adeguamento a norme di legge

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento si applica la normativa vigente in materia.

Il presente regolamento si intende automaticamente modificato ogni qualvolta norme di legge o aventi valore di legge prevedano disposizioni diverse.