



COMUNE DI CASNIGO

PROVINCIA DI BERGAMO

**REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA DELLE
SPONSORIZZAZIONI E DEGLI
ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

Approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. 49 del 30 ottobre 2008

INDICE

- Art. 1 - Oggetto e Finalità
- Art. 2 – Ambito e condizioni di applicazione
- Art. 3 - Definizioni
- Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor
- Art. 5 - Trattativa privata
- Art. 6 - Iniziativa spontanea di terzi
- Art. 7 - Il Comune soggetto sponsorizzato
- Art. 8 - Programmazione e gestione delle sponsorizzazioni
- Art. 9 - Proventi delle sponsorizzazioni e aspetti fiscali
- Art. 10 - Casi esclusi
- Art. 11 - Accordi di Collaborazione
- Art. 12 - Trattamento dei dati personali
- Art. 13 - Verifiche e Controlli
- Art. 14 - Riserva organizzativa
- Art. 15 - Disposizioni finali
- Allegato “A” - Avviso pubblico per la ricerca di sponsor – schema
- Allegato “B” - Contratto di sponsorizzazione – schema

COMUNE DI CASINIGLIO (BG)

ARTICOLO 1 OGGETTO E FINALITÀ

1. Le norme del presente regolamento disciplinano la formazione e la gestione dei contratti di sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione.
2. Il presente regolamento, con riferimento alle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali, approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, al fine di favorire una migliore qualità dei servizi prestati.
3. Il Comune di Casnigo individua nel contratto di sponsorizzazione e nell'accordo di collaborazione nuovi strumenti volti a favorire l'innovazione nell'organizzazione amministrativa, la realizzazione di economie di spesa, nell'ottica dei principi generali dell'attività amministrativa, quali il buon andamento, la trasparenza, l'efficienza e l'efficacia.

ARTICOLO 2 AMBITO E CONDIZIONI DI APPLICAZIONE

1. I contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono essere stipulati con soggetti pubblici e privati, nonché associazioni senza fini di lucro, per realizzare una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione del risultato da parte dello sponsor, senza oneri per l'Ente locale.
2. Il Comune può assumere, nell'ambito di un contratto di sponsorizzazione, la posizione:
 - a) di sponsorizzato, allo scopo di realizzare un beneficio in termini di maggiori entrate o di minori costi per l'Ente connessi alle iniziative attivate;
 - b) di sponsor, qualora ritenga non pregiudizievole e fondamentale la divulgazione della propria immagine in relazione alla realizzazione, da parte di un soggetto pubblico o privato, di attività significative e rilevanti in termini d'interesse pubblico.
3. Le iniziative di sponsorizzazione sono subordinate al ricorrere delle seguenti condizioni:
 - a) il perseguimento di interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata;
 - c) garanzia della posizione di neutralità del Comune;
 - d) il conseguimento di una economia di spesa.

ARTICOLO 3 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) **per contratto di sponsorizzazione**, un contratto atipico e bilaterale, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, mediante il quale una delle parti si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative, a diffondere il nome, il logo, i marchi, i prodotti o altri messaggi della parte obbligata ad una determinata prestazione, quale corrispettivo. I contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di un'opera infrastrutturale sono disciplinati dall'art. 26 del D.lgs. 163/06;
 - b) **per sponsorizzazione**, ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi a favore del Comune, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;

- c) per “**accordo di collaborazione**”: uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale con il quale sono regolati le forme e le modalità di coinvolgimento delle parti nell’ideazione o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
- d) **per sponsor**, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- e) per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor;
- f) **per veicolazione** dell’immagine dello sponsor, qualsiasi modalità convenuta con la quale il Comune si impegna a veicolare l’immagine dello sponsor come corrispettivo del contratto.

ARTICOLO 4

PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata, di norma, a mezzo procedura negoziata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso (schema “allegato A”).
2. All'avviso è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle Associazioni di categoria e/o in qualsiasi altra forma di pubblicità ritenuta di volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l’oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico capitolato o schema di contratto di sponsorizzazione;
 - b) l’esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - c) la durata della sponsorizzazione;
 - d) le modalità, i termini di presentazione dell’offerta e le eventuali garanzie richieste;
 - e) i criteri di valutazione, nel caso siano presentate più offerte.
4. L’offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:
 - a) il bene, il servizio, l’immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - c) l’accettazione delle condizioni previste nell’apposito avviso o bando/capitolato.
5. L’offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) l’inesistenza delle condizioni a contrarre con la pubblica amministrazione, di cui agli articoli 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - b) l’inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
 - c) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - d) l’eventuale nome del rappresentante legale o del soggetto munito di potere di rappresentanza;
 - e) l’inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese).
6. Nel caso l’offerta sia fatta da persone giuridiche o da soggetti pubblici, il legale rappresentante deve presentare le autocertificazioni indicate nel precedente comma 5 riferite a sé stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.
7. L’offerta deve, inoltre, contenere l’assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
8. L’offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria del competente ufficio, è approvata con atto deliberativo della Giunta Comunale.
9. Ove pervengano più offerte, con l’atto di Giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
10. La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell’avviso di scelta dello sponsor.

11. Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.
12. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del settore competente.

ARTICOLO 5 TRATTATIVA PRIVATA

1. È sempre ammessa la trattativa privata, previa adeguata motivazione, nei casi indicati dall'art. 41 del R.D. 23 maggio 1924, n. 827 (di approvazione del Regolamento per l'amministrazione del patrimonio e per la contabilità generale dello Stato), con specifico riferimento:
 - a) alle ipotesi di iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere che, ove anche si sperimentassero gli incanti o le licitazioni, questi andrebbero verosimilmente deserti, o in ogni caso risulterebbero di un improbabile buon esito;
 - b) alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
 - c) alle ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio degli incanti o della licitazione;
 - d) ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure degli incanti e delle licitazioni.
2. Per le iniziative di importo inferiore a €. 40.000,00 (quarantamila euro) si può sempre procedere alla trattativa privata diretta con un solo contraente;
3. Nel caso di contratti conclusi per l'esecuzione di lavori pubblici, gli interventi dovranno comunque essere realizzati da imprese qualificate ai sensi del D.P.R. 34/2000 e successive modifiche, fino all'entrata in vigore del regolamento di cui all'articolo 5 del D.Lgs. n. 163/2006.

ARTICOLO 6 INIZIATIVA SPONTANEA DI TERZI

1. Il Comune di Casnigo può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti che manifestino spontaneamente la volontà di assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative comunali.
2. Nel caso di iniziativa spontanea di terzi l'Amministrazione comunale si riserva la facoltà di valutare l'utilità e la conformità della proposta agli scopi istituzionali dell'Ente, con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative e di prescindere dalla procedura ordinaria descritta al precedente articolo 4 in ragione della tipologia e/o del valore della sponsorizzazione.

ARTICOLO 7 IL COMUNE SOGGETTO SPONSORIZZATO

1. Il Comune, nello svolgimento di attività che gli competono, può assumere la veste di soggetto sponsorizzato, allo scopo di ottenere, quale corrispettivo della divulgazione del nome dello sponsor, forniture, servizi, lavori o altre utilità di volta in volta individuate.
2. Il ricorso alla sponsorizzazione può riguardare tutte le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche incluse negli strumenti di programmazione dell'Ente.

3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo, attraverso le seguenti iniziative:
 - a) utilizzo dei loghi e dei marchi del Comune, escluso quindi lo stemma istituzionale, allo scopo di sfruttare il valore commerciale che gli stessi possono assumere;
 - b) eventi e servizi sportivi, ricreativi, culturali e sociali del Comune;
 - c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, ascensore, sala riunione, impianti sportivi, ecc.);
 - d) utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune quali, esemplificando, buoni pasto, cedolini stipendi, bollette, segnalibri;
 - e) utilizzo a fini pubblicitari di spazi sui veicoli di informazione a disposizione del Comune, quali, ad esempio il bollettino comunale e il sito internet del Comune;
 - f) servizi di manutenzione aree verdi o servizi diversi;
 - g) fornitura di beni;
 - h) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche.

ARTICOLO 8 PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal responsabile stesso.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività del Comune, compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente.
3. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto (schema "allegato B") nel quale sono stabiliti:
 - a) il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
 - e) la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
4. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.
5. Le spese per la stipulazione del contratto di sponsorizzazione sono a carico dello sponsor.

ARTICOLO 9 PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E ASPETTI FISCALI

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della Giunta Comunale, su proposta del responsabile del servizio interessato alla realizzazione del progetto stesso.
3. Il valore della fatturazione per la "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.

ARTICOLO 10 CASI ESCLUSI

1. Il Comune rifiuta qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:
 - a) non ricorrano le condizioni previste dal precedente articolo 2, comma 3;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) sia in corso con l'offerente una controversia legale;
 - d) reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di pubblicità diretta o collegata alla produzione dei tabacchi, prodotti alcolici e materiale contrario ai principi morali, estetici ed educativi, nonché alla produzione di armi;
 - c) messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ARTICOLO 11 ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1. Il Comune attua iniziative in campo sociale, sportivo, culturale e del tempo libero con la collaborazione di soggetti pubblici e privati.
2. I soggetti pubblici e privati collaborano tramite la fornitura di beni e servizi.
3. I termini e le modalità della collaborazione sono definite mediante accordi di collaborazione di cui all'articolo 3, comma 1, lettera c);
4. Il contenuto degli accordi di collaborazione rispetta i criteri relativi al contenuto delle offerte indicati al precedente art. 10.
5. L'onere relativo alla messa a disposizione di beni o servizi da parte di ciascun soggetto partecipante all'accordo e finalizzato all'ideazione e realizzazione in comune dell'iniziativa, rimane a carico dei rispettivi bilanci.

ARTICOLO 12 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il Comune di Casnigo in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopraccitata.
4. I dati saranno trattati, in conformità alle norme 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 privati in relazione alle finalità del regolamento.

ARTICOLO 13 VERIFICHE E CONTROLLO

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio comunale 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.

ARTICOLO 14
RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata 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.

ARTICOLO 15
DISPOSIZIONI FINALI

1. Il presente regolamento viene approvato con riferimento alle disposizioni contenute nell'articolo 43 della Legge 27.12.1997, n. 449 (legge finanziaria per il 1998), alle disposizioni dell'articolo 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267 (T.U. sull'ordinamento degli enti locali), nonché dell'art. 120 del D.Lgs. 22.01.2004, n. 42 (Codice dei beni culturali), e alla normativa applicabile in generale a tutta la materia delle sponsorizzazioni.
2. Una copia di questo regolamento, a cura degli uffici comunali che eseguono gli interventi, è messa a disposizione di cui chiunque ne abbia interesse.
3. Il presente regolamento entra in vigore dopo la pubblicazione per 15 giorni all'Albo Pretorio, successivamente all'avvenuta esecutività della deliberazione consiliare di approvazione dello stesso.



COMUNE DI CASALEGGIO (BG)

(Allegato A)

AVVISO PUBBLICO PER LA RICERCA DI SPONSOR

Il Comune di Casnigo, con sede in Piazza S. Giovanni Battista 22, 24020 Casnigo, visto il proprio vigente regolamento per le sponsorizzazioni, approvato con deliberazione di C.C. n. ___ del _____

RICERCA

uno sponsor per pubblicizzare attività come descritto di seguito:

(specificare in dettaglio ogni singola voce)

a) Scopo della sponsorizzazione, *(che ex art. 43 co. 1 della L. 449/97 può riguardare:*

___ lo sviluppo dell'innovazione nell'organizzazione amministrativa;

___ la realizzazione di maggiori economie;

___ il miglioramento della qualità dei servizi prestati all'utenza.

b) Vantaggi per lo sponsor *(fra i vantaggi, la deducibilità dei costi connessi alla sponsorizzazione, considerati alla stregua delle spese di pubblicità, come confermato dal disposto della risoluzione ministeriale n. 9/204 del 17/6/92).*

c) Tipo di contratto (contratto di sponsorizzazione, accordo di collaborazione, convenzione).

d) Durata della sponsorizzazione.

d) *Diritti* e Obblighi per il Comune.

e) *Diritti* e Obblighi per lo Sponsor.

f) Criteri di valutazione delle proposte.

g) Modalità di presentazione delle proposte.

h) Procedure di verifica e controllo sull'andamento dei contratti stipulati.

i) Informazioni e chiarimenti con specifica indicazione del responsabile del progetto di sponsorizzazione.

CASNIGO, _____

Il Responsabile di Settore

(Allegato B)

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Il giorno _____ del mese _____ dell'anno _____, in Casnigo, presso la sede municipale ivi sita in Piazza S. Giovanni Battista 22,

TRA

il Comune di Casnigo, sopra generalizzato, rappresentato da _____, di seguito indicato anche sponsee

E

Il/la Sig. Sig.ra _____, legale rappresentante di _____, di seguito indicato sponsor,

VISTO

il vigente regolamento comunale per la gestione delle sponsorizzazioni, approvato con deliberazione di C.C. n. __ del _____ e la deliberazione/determina n. __ del _____, con la quale è stata accettata la proposta avanzata da _____

SI STIPULA

il seguente contratto:

ART. 1 - OGGETTO

Il Comune conferisce allo sponsor incarico per la sponsorizzazione della seguente attività (o iniziativa):

ART. 2 – OBBLIGHI DELLO SPONSOR

Lo sponsor pagherà al Comune la somma di _____, mediante versamento in unica soluzione anticipata, (oppure) fornirà al Comune il seguente servizio (_____)

ART. 3 – OBBLIGHI DEL COMUNE

Il Comune consentirà allo sponsor apposizione di striscioni, banner sul sito internet, logo su carta intestata, ecc. _____

ART. 4 – DURATA E SPESE

Il presente contratto avrà durata da a/ oppure: per tutto il periodo della manifestazione ____
Le spese per la stipulazione del presente contratto sono a carico dello sponsor.

ART. 5 – RESPONSABILITÀ

Lo sponsor è direttamente responsabile per le eventuali conseguenze derivanti dal messaggio pubblicitario espresso, liberando a tal fine il Comune per ciò che ne concerne la veridicità o altre modalità connesse.

ART. 6 – RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

Le parti possono risolvere di comune accordo, per motivate ragioni, il presente contratto. In ogni caso il contratto si intende risolto senza alcuna penalità per l'amministrazione comunale:

- qualora lo sponsor o lo sponsee risultino inadempienti in modo grave e/o continuato in relazione ai loro rispettivi obblighi;
- qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa/dell'attività/del progetto;
- qualora ricorrano le situazioni previste dall'art. 10 del regolamento per la gestione delle sponsorizzazioni.

ART. 7 – CONTROVERSIE

Tutte le controversie derivanti dalla attuazione del presente contratto saranno devolute alla competenza del Foro di Bergamo.

ART. 8 – DISPOSIZIONI FINALI

Il presente contratto viene redatto in bollo, è soggetto ad IVA e verrà registrato in caso d'uso. Sono a carico dello sponsor tutte le spese relative alla redazione.

CASNIGO, _____

Lo Sponsor

Il Responsabile di Settore

.....

.....