



COMUNE DI GESSOPALENA

(Provincia di Chieti)

**Regolamento sulla disciplina dei contratti di Sponsorizzazione e accordi di
collaborazione**

Approvato con deliberazione di Consiglio comunale n. 4/2016

INDICE

ART. 1 – Norme generali di riferimento

ART. 2 - Finalità

ART. 3 - Ambito d'applicazione

ART. 4 - Definizioni

ART. 5 - Contenuto

ART. 6 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

ART. 7 – Vincoli

ART. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

ART. 9 - Sistema di scelta dello sponsor

ART. 10 - Determinazione a contrattare e contenuti

ART. 11 – Contratto

ART. 12 - Diritto di rifiuto

ART. 13 - Affidamento del contratto

ART. 14 - Procedura per affidamento di incarico di ricerca di sponsor

Articolo 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

ART. 16 - Aspetti contabili e fiscali

ART. 17 - Verifiche e controlli

ART. 18 - Rinvio

ART. 19 - Disposizioni finali entrata in vigore

Regolamento sulla disciplina dei contratti di Sponsorizzazione e accordi di collaborazione.

ART. 1 – Norme generali di riferimento

1. Il presente regolamento disciplina le sponsorizzazioni che il Comune di Gessopalena (di seguito Comune) intenda attivare sulla base delle seguenti norme generali, in attuazione dell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449 e s.m.i., dell'articolo 119 del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267 e s.m.i e dell'art.26 D. Lgs. 12 aprile 2006, n. 163 e s.m.i. Non sono ricomprese nel presente regolamento le erogazioni liberali.

ART. 2 – Finalità

1. Le iniziative di sponsorizzazione incentivano e promuovono l'innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, realizzando economie di spesa ed una migliore qualità nei servizi erogati alla collettività.

2. Il presente regolamento ha lo scopo di disciplinare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione, nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità, sanciti dall'art. 26 del Decreto legislativo 12/4/2006 n. 163 e s.m.i. "Codice dei contratti pubblici" (di seguito Codice).

3. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative, nella materia disciplinata dal presente regolamento, si svolgono nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 7 agosto 1990 n. 241 e s.m.i. e, per quanto in essa non espressamente previsto, del presente regolamento, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal codice civile.

ART. 3 - Ambito d'applicazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati (società di persone e di capitali, imprese individuali, etc.) ed associazioni senza fini di lucro e pubblici, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi.

ART. 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) offre - nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative e altro, ad un terzo (sponsor) che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito - la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto;
- b) per “accordo di collaborazione”: uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale, mediante il quale vengono regolate le forme e modalità di coinvolgimento delle parti nella ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
- c) per “sponsorizzazione”: ogni contributo che può consistere in una somma di denaro, nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi, nella realizzazione di opere pubbliche e/o di interesse pubblico o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, il marchio, il prodotto dello sponsor;
- d) per “sponsor”: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si 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 dal Comune al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;
- e) per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

ART. 5 – Contenuto

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione dell'Ente.
2. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:
 - a) la fornitura di materiale/attrezzature;
 - b) la gestione di un'opera/area;
 - c) la realizzazione di un'opera o lavoro;
 - d) la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
 - e) un contributo in denaro.
3. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:

- a. sponsorizzazione di eventi sportivi, commerciali, culturali e/o di rilevanza sociale;
- b. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno degli stabili comunali (es. bacheche, centro congressi, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori);
- c. utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (a titolo esemplificativo carta intestata, buste, sito internet);
- d. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi, manutenzione o sostituzione dei giochi e attrezzi ludici o servizi diversi;
- e. fornitura di beni, con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredo urbano;
- f. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche;
- g. realizzazione di mostre, concerti e spettacoli;
- h. gestione di sportelli informativi, marketing e promozione territoriale;
- i. attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione, assistenza agli uffici di staff e ufficio stampa, realizzazione di periodici.

ART. 6 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Il contratto di sponsorizzazione può avere inoltre ad oggetto il restauro di beni architettonici e monumentali, recupero di opere d'arte e/o archivi storici.
2. I contratti di sponsorizzazione inerenti ai 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.

ART. 7 – Vincoli

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione, sanciti dall'art.43 della legge 449/1997:
 - 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 alla natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità del medesimo;
 - d. devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrate.

ART. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. La Giunta Comunale formula in corso d'anno indirizzi specifici ai responsabili di area per l'attivazione d'iniziativa di sponsorizzazione da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
2. I responsabili di area elaborano i programmi ed i progetti per i quali si può fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, nonché la loro necessaria quantificazione economico-finanziaria.

ART. 9 - 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 pari o inferiore a € 40.000,00, con affidamento diretto ad un soggetto, privato/associazione. Il responsabile di area potrà di volta in volta valutare l'opportunità di procedere ad una indagine di mercato fra almeno tre soggetti. Per indagine di mercato si intende l'analisi comparativa dei prezzi offerti sul mercato; detta indagine non costituisce in nessun modo vincolo per il Comune.
 - b. Contratti di importo superiore a € 40.000,00 e sino a € 99.999,00, con procedura negoziata con bando;
 - c. Contratti di importo pari o superiore a € 100.000,00 con procedura aperta.
2. La pubblicità, ove prevista, è effettuata almeno all'Albo pretorio on line e sul sito istituzionale del Comune di Gessopalena.
3. L'Amministrazione comunale può prevedere, ai sensi dell'art.64 del Codice, ulteriori forme di pubblicità in considerazione della specificità del singolo caso oggetto di sponsorizzazione.
4. L'assegnazione definitiva dell'area verrà effettuata con determinazione del Responsabile del Servizio Tecnico e sarà immediatamente vincolante per l'assegnatario, mentre per l'Amministrazione il rapporto diventerà vincolante solo alla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione.
5. L'assunzione del servizio, in proprio o attraverso ditta specializzata, implica in capo allo sponsor la conoscenza di tutte le norme generali e particolari che lo regolano, sia nella fase di realizzazione del progetto sia in quella della manutenzione dell'area verde, in modo tale che lo stesso abbia piena cognizione di tutte le condizioni e circostanze che gli consentano di valutare da subito la convenienza ad assumere la prestazione.
6. In particolare, lo sponsor:

- dovrà avvalersi di personale tecnico qualificato in relazione agli interventi progettati e da realizzare; soprattutto in caso di realizzazione di lavori che richiedano un'organizzazione tecnica di impresa o di interventi specialistici (sistema di illuminazione, irrigazione, ecc.); la qualificazione dei soggetti esecutori dovrà essere idoneamente comprovata a norma di legge e/o certificata da un direttore dei lavori iscritto ad apposito albo professionale;
- assumerà tutte le spese per la sistemazione, manutenzione e cura dello spazio interessato per il periodo indicato nell'offerta in modo tale da garantire l'esecuzione di tutte le operazioni indicate e di tutte quelle normalmente necessarie, anche se non indicate, per mantenere in buono stato e decoro le aree avute in gestione;
- assumerà, inoltre, totalmente la responsabilità derivante da danni imputabili alla cattiva manutenzione dell'area; in particolare, dovrà verificare che rami, arbusti o erba non impediscano la visibilità della segnaletica stradale all'interno delle aree verdi; dovrà, altresì, segnalare tempestivamente agli uffici comunali qualsiasi danno alla segnaletica viaria insistente sulle strade comunali;
- in caso di formazione e riqualificazione di nuova area, provvederà alla fornitura di nuovi giochi per bambini, ove richiesti, con tutte le certificazioni di sicurezza a norma di legge e con successiva manutenzione e vigilanza al fine di garantirne la sicurezza ed il ripristino in caso di furto o danneggiamento;
- in caso di gestione di area già esistente sulla quale vi siano giochi per bambini, provvederà alla loro manutenzione, con controlli e vigilanza al fine di garantirne la sicurezza ed il ripristino in caso di furto o danneggiamento;
- dovrà avere l'approvazione del Comune per qualsiasi variazione, innovazione, eliminazione o aggiunta rispetto alle pattuizioni stabilite nel contratto;
- assumerà tutte le eventuali spese relative al consumo di energia elettrica ed acqua derivante dai lavori e dalla manutenzione, nonché ogni altra spesa derivante dal rapporto stipulato con l'Amministrazione;
- si impegna al versamento dell'imposta comunale sulla pubblicità e/o di occupazione del suolo pubblico relativamente ai cartelli pubblicitari installati;
- assumerà a proprio carico gli oneri derivanti dall'adozione dei provvedimenti e delle cautele necessarie ed obbligatorie per garantire l'incolumità agli operai, alle persone addette alla gestione ed ai terzi, nonché per evitare danni ai beni pubblici e privati;
- assumerà a proprio carico ogni responsabilità, sia civile che penale, in caso di infortuni, sollevando l'Amministrazione Comunale da qualunque vertenza in merito; a tale fine stipulerà apposita polizza assicurativa di durata pari al periodo contrattuale, di cui un originale andrà consegnato, prima della stipula del contratto, all'Amministrazione Comunale;

- dovrà eseguire tutte le eventuali lavorazioni su strada come prescritto dal Codice della Strada e dalla normativa vigente in tema di sicurezza dei lavoratori (realizzare idoneo POS, valutazione dei rischi, adeguata segnaletica di cantiere, ecc.). Lo sponsor, pertanto, si assume totalmente la responsabilità derivante da danni e/o sanzioni correlate direttamente od indirettamente al mancato adempimento delle normative citate;
- non potrà in alcun modo recintare di sua iniziativa l'area concessa e dovrà consentire l'uso pubblico della stessa; in particolare dovrà essere sempre consentito l'accesso al Comune e per suo conto alle ditte incaricate della manutenzione di eventuali impianti e manufatti insistenti sull'area.

7. Lo sponsor non potrà, al termine della gestione, nulla pretendere a titolo di rimborso per gli oneri e le spese relative all'allestimento, alla manutenzione ed alla cura dell'area.

8. Su tali aree l'Amministrazione si riserva, al fine di non incorrere in eccessive spese di gestione, di disporre il ripristino dello stato dei luoghi, che dovrà essere eseguito entro un mese dalla richiesta, a cura e spese dello sponsor; al momento della restituzione dell'area, la medesima dovrà essere in perfette condizioni di manutenzione.

9. Nell'ambito della scelta del contraente l'Amministrazione comunale riconosce la possibilità che la sponsorizzazione avvenga per iniziativa di terzi. In questo caso il riconoscimento della utilità e della accettazione della proposta avviene con indirizzo della Giunta comunale; quest' ultima dà mandato al responsabile di servizio competente di formalizzare la proposta ricevuta ove ciò non sia incompatibile con norme imperative di legge.

ART. 10 - Determinazione a contrattare e contenuti

1. Il responsabile di servizio, in relazione a singoli progetti e fatto salvo quanto già sopra evidenziato nel precedente articolo 9, avvia il procedimento con l'adozione di una determinazione a contrattare ai sensi dell'art.192 del d.lgs. 267/2000 che contiene, tra l'altro, oltre a quanto previsto nel presente regolamento, un avviso con il quale si invitano i soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.

2. L'avviso o la lettera d'invito deve contenere, 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. il valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;

h. lo schema di contratto

3. Il criterio di selezione è quello dell'offerta economica più vantaggiosa di cui all'art.83 del Codice, secondo parametri predefiniti nell'avviso. E' in facoltà del Comune, in relazione a singoli progetti, fissare criteri particolari di selezione.

4. Il Responsabile del procedimento è il responsabile di area competente fatta salva la nomina da parte di quest'ultimo di altro funzionario della propria area.

ART. 11 – Contratto

1. Il contratto contiene, in particolare, i seguenti elementi:

- 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.);
- 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.

ART. 12 - Diritto di rifiuto

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare 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. Reputi la sponsorizzazione inattuabile per motivi di inopportunità generale.

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

- a. di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b. di pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico;
- c. di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 13 - Affidamento del contratto

1. La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal responsabile di area sulla base delle risultanze, qualora effettuate, 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.

ART. 14 - Procedura per affidamento di incarico di ricerca di sponsor

1. Il Comune può, qualora non si possa far fronte con personale in servizio e, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, procedere mediante affidamento di incarico, per il reperimento di sponsorizzazioni, ad agenzie nel campo pubblicitario o ad altro soggetto pubblico e/o privato specializzato.

2. In tale eventualità l'affidatario è scelto con le procedure previste dal Codice e dalle norme regolamentari attuative.

Articolo 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

1. La destinazione degli eventuali risparmi di spesa e degli introiti derivanti dalla conclusione dei contratti di cui al presente regolamento, sulla base delle norme della contrattazione collettiva nazionale e compatibilmente con le disposizioni in materia di contenimento della spesa pubblica, sono definiti nell'ambito della contrattazione decentrata.

ART. 16 - Aspetti contabili e fiscali

1. 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 (TOSAP-TARI, ecc.), nonché alla normativa anche regolamentare relativa ai canoni (canone installazione Mezzi Pubblicitari) alla cui applicazione si fa rinvio.

2. In particolare, quando la prestazione oggetto del contratto di sponsorizzazione consiste in servizi o fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione: dello sponsor al Comune per il valore del servizio o del bene, soggetta ad IVA, e la fatturazione del Comune allo sponsor per un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.

3. Qualora la sponsorizzazione abbia per oggetto i servizi di manutenzione del “verde pubblico” con collocazione di cartelli pubblicitari su un’area appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile dell’Ente pubblico risulta integrato il presupposto impositivo della tassa per l’occupazione di spazi ed aree pubbliche (c.d. TOSAP) di cui all’art. 38 del D.Lgs. 507/93, con la conseguenza che la prestazione resa dall’Ente pubblico riveste natura tributaria ed è quindi irrilevante agli effetti dell’IVA per carenza del presupposto oggettivo di cui all’art. 3 del DPR 633/72, mentre i servizi di manutenzione effettuati a titolo gratuito dallo sponsor sono imponibili ai fini IVA sulla base del loro valore normale secondo quanto previsto dall’art. 13, comma 2, lett. d) DPR 633/72. In questo caso, pertanto, il solo sponsor dovrà emettere fattura all’Ente per la prestazione di manutenzione effettuata gratuitamente.

ART. 17 - 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.

ART. 18 – 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.

ART. 19 - Disposizioni finali entrata in vigore

1. Sono abrogate le norme dei regolamenti comunali e degli atti aventi natura regolamentare che comunque risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.

2. Le norme del presente regolamento si intendono modificate per effetto di sopravvenute norme vincolanti statali e regionali. In tali casi, in attesa della formale modificazione del presente regolamento, si applica la normativa sovraordinata.