



**COMUNE DI ALSENO**

*Provincia di Piacenza  
P.zza XXV Aprile 1 - 29010 Alseno*

## **REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con delibera n. 21 del Consiglio Comunale del 27/05/2015



## INDICE

ART. 1 – OGGETTO E FINALITÀ .....	3
ART. 2 – DEFINIZIONI .....	3
ART. 3 – INDIVIDUAZIONE, PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI	4
ART. 4 – DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE.....	4
ART. 5 - CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI.....	5
ART. 6 – SCELTA DELLO SPONSOR .....	5
ART. 7 – RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR .....	5
ART. 8 - AFFIDAMENTO DIRETTO.....	6
ART. 9 – QUALIFICAZIONE DELLO SPONSOR.....	6
ART. 10 – CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE.....	6
ART. 11 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI.....	7
ART. 12 - RINVIO .....	7



## **ART. 1 – OGGETTO E FINALITÀ**

1 Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni dell'art. 43 della Legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, dell'art. 26 del D.Lgs. 163/2006, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990.

2 Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

## **ART. 2 – DEFINIZIONI**

1 Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (sponsee) la quale le garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello sponsee costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
- b) per "sponsorizzatore" o "sponsor": il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
- c) per "sponsorizzato" o "sponsee": il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;
- d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello sponsor;

2 Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.



### **ART. 3 – INDIVIDUAZIONE, PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

- 1 Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali sponsor sono approvate dalla Giunta Comunale mediante indirizzi specifici.
- 2 Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
- 3 Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio comunale.
- 4 I responsabili dei servizi, nell'ambito della propria competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

### **ART. 4 – DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE**

- 1 Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
  - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
  - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
- 2 Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
  - a) propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;
  - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
- 3 Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
  - a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 38 del D.Lgs. 163/2006, per quanto applicabile;
  - b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:
    - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;



- diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
- diritti dei lavoratori;
- 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;
- obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
- obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

4 L'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente comma 3 mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000.

## **ART. 5 - CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1 I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:

- a) somme di denaro;
- b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor (operazioni permutative). In tale caso si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.

## **ART. 6 – SCELTA DELLO SPONSOR**

1 L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

2 La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 8.

3 L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul sito internet del Comune e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.

## **ART. 7 – RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR**

1 Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il dirigente dell'ufficio competente valuta la



rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 6, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.

2 Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

## **ART. 8 - AFFIDAMENTO DIRETTO**

1 Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 6;
- b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
- c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa).

2 In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del responsabile del servizio procedente.

## **ART. 9 – QUALIFICAZIONE DELLO SPONSOR**

1 Ai contratti di sponsorizzazione aventi per oggetto i lavori, i servizi o le forniture di cui all'art. 26 del D.Lgs. 163/2006, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor per importi superiori a 40.000,00 Euro, si applicano le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto previsti dal D.Lgs. 163/2006.

## **ART. 10 – CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1 La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno definiti:



- a) l'oggetto del contratto;
- b) gli obblighi delle parti;
- c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) la durata del contratto;
- e) la facoltà di recesso da parte del Comune, prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor;
- f) la competenza del foro di Piacenza in caso di controversie;
- g) altre eventuali clausole contrattuali ritenute importanti per la stipula del contratto.

### **ART. 11 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI**

1 I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.R.O. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.

2 Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.

3 Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.

4 Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

### **ART. 12 - RINVIO**

1 Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.