

**COMUNE DI VESPOLATE**  
**PROVINCIA DI NOVARA**

**REGOLAMENTO**  
**COMUNALE SULLA DISCIPLINA E LA GESTIONE**  
**DELLE SPONSORIZZAZIONI**

(approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n.3 del 30/01/2008)

## **SOMMARIO**

- Art. 1 – Finalità
- Art. 2 – Definizioni
- Art. 3 - Individuazione dello sponsor
- Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 6 – Mancato versamento del corrispettivo
- Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 8 - Trattamento dei dati personali
- Art. 9 - Aspetti fiscali
- Art. 10 - Riserva organizzativa
- Art. 11 – Clausola generale di rinvio

### **Art. 1 – Finalità**

1. Il presente regolamento, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43, L. n. 449/1997 e nell'art. 119, d.lgs. n. 267/2000, disciplina le iniziative di sponsorizzazione, le quali devono essere rivolte a favorire l'innovazione dell'organizzazione della P.A. in un'ottica di miglioramento dei Servizi, realizzando, nel contempo, più ampie economie.

2. Nello specifico, finalità dell'attività sono:

- a) il recupero di maggiori risorse da destinare al miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;
- b) il miglioramento degli standard di qualità o l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni e attrezzature al Comune;
- c) il sostegno di progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune;
- d) l'incentivazione delle risorse umane e della produttività entro i limiti e secondo le modalità stabilite dalla contrattazione collettiva.

### **Art.2 – Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari e/o in occasione di manifestazioni ed eventi;
- b) per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;
- c) per "**sponsor**": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) 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.3 - Individuazione dello sponsor**

1. L'individuazione dello sponsor è effettuata previo la pubblicazione di apposito avviso per la presentazione delle proposte di sponsorizzazione.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. Alla proposta di sponsorizzazione, lo Sponsor, deve allegare le seguenti autocertificazioni:

- a) per le persone fisiche:
  - l'inesistenza delle condizioni di incapacità o impossibilità a contrattare con la Pubblica Amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
  - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
  - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- b) per le persone giuridiche:
  - oltre alle autocertificazioni sopra elencate, riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

4. La proposta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli

adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

5. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile di Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione.

6. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile di Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento.

7. Per contratti di valore superiore ad € 3.000,00 (tremila/00) il contratto sarà redatto in forma pubblica amministrativa.

8. Ove non espressamente vietato dalla legge, la clausola sponsor può essere inserita in qualunque procedimento di gara, purché sia rispettata la *par condicio* di tutti i concorrenti e purché la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione, non sia criterio preponderante.

9. Sono 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;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
- d) quelle che, a insindacabile giudizio dell'Amministrazione:
  - possano provocare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
  - contengano un messaggio pubblicitario che comporti un possibile pregiudizio o danno all'immagine o alle iniziative del Comune;
  - siano considerate inaccettabili per motivi di inopportunità generale.

#### ***Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione***

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Responsabili di Servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici ai Responsabili di Servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio del Comune nei capitoli di spesa ordinaria.

3. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

#### ***Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione***

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le modalità ed i tempi di pagamento del corrispettivo;
- e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

2. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.

#### ***Art. 6 – Mancato versamento del corrispettivo***

1. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo secondo gli accordi contrattuali sarà causa di risoluzione, *ipso iure*, del contratto, con facoltà per il Comune di trattenere a titolo di risarcimento del danno le somme eventualmente versate dallo sponsor a titolo di garanzia secondo il contratto di sponsorizzazione, fatto salvo il diritto di procedere per gli eventuali danni eccedenti tale importo.

#### ***Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni***

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a

seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

a) Nella misura e con le modalità previste dal contratto decentrato aziendale, potranno essere destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, nonché del fondo di retribuzione di risultato dei Responsabili di Servizio secondo la disciplina prevista dai vigenti CC.CC.NN.LL.

b) la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali, secondo le indicazioni del bilancio.

3. L'assegnazione della quota di risorse a favore dei Responsabili di Servizio e del Personale dipendente potrà essere stabilita, di volta in volta, dalla Giunta comunale, contestualmente alla deliberazione di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione .

4. La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata rispettivamente per il Personale dipendente ed i Responsabili di Servizio.

#### ***Art. 8 - 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 dall'art. 13 della Legge 31.12.1996, n. 665 e ss.mm.ii.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Vespolate, in persona del suo Sindaco che nomina uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

4. I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli Uffici comunali tenuti alla 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.

#### ***Art. 9 - Aspetti fiscali***

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma direttamente erogata, ovvero corrisponde al valore dei beni e/o servizi forniti dallo sponsor, ovvero della somma stanziata per la specifica iniziativa.

2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'IVA secondo quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

#### ***Art. 10 - Riserva organizzativa***

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune secondo la disciplina del presente regolamento, salva la facoltà, per esigenze organizzative, economiche o funzionali, di affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

#### ***Art.11 – Clausola generale di rinvio***

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente contratto si fa rinvio alle vigenti norme statali e regionali aventi valore di legge e regolamento ed, in particolare:

a) per gli elementi di disciplina contrattuale, alle disposizioni concernenti i criteri per la stipulazione dei contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati, nonché alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa generale e speciale in materia;

b) per l'utilizzo del marchio e dei segni distintivi, al R.d. n. 929/1942 ed al d.lgs. n. 480/1992 e ss.mm.ii., nonché alle disposizioni del Codice civile ed alla normativa generale e speciale in materia.