



**Comune di
Fucecchio**

**Regolamento per la disciplina e
la gestione dei contratti di
sponsorizzazione e/o
di accordi di collaborazione**

Approvato con deliberazione del Consiglio comunale

n.77 del 27 novembre 2006



ART.1 - FINALITÀ.....	2
ART.2 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E/O DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE.....	2
ART.3 - DEFINIZIONI	3
ART.4 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE	3
ART.5 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR	3
ART. 6 - DIRITTO DI ESCLUSIVA.....	4
ART.7 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E/O ACCORDO DI COLLABORAZIONE	4
ART. 8 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI.....	5
ART.9 - IMPIANTI PUBBLICITARI.....	5
ART.10 - TRATTAMENTO DATI PERSONALI	6
ART. 11 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI E/O ACCORDI DI COLLABORAZIONE	6
ART.12 - ASPETTI FISCALI.....	6
ART.13 - VERIFICHE E CONTROLLI.....	6
ART. 14 - RISERVA ORGANIZZATIVA	6
ART.15 - AMMINISTRAZIONE IN QUALITÀ DI SPONSOR	6
ART.16 - NORME TRANSITORIE	7
ART.17 - NORMA DI RINVIO DINAMICO	7

ART.1 - FINALITÀ

1. Il presente regolamento viene redatto in attuazione delle disposizioni contenute nell'art.43 della Legge 449/97, nell'art.119 del D.Lgs. 267/2000, nel D.Lgs 12/04/2006 n. 163 "Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture", nelle disposizioni legislative in materia di beni culturali, nonché sulla base delle disposizioni relative al CCNL per l'area del personale e area Dirigenza degli Enti Locali
2. Le iniziative di sponsorizzazioni nonché gli accordi di collaborazione tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di economie di bilancio, nonché una migliore qualità dei servizi erogati, nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.
3. Esse devono perseguire l'interesse pubblico ed escludere forme di conflitto di interessi fra attività pubblica e privata.
4. L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi dell'Amministrazione Comunale compresi lavori pubblici di manutenzione o di costruzione. A titolo esemplificativo, ma non esaustivo:
Eventi e servizi sportivi, ricreativi, culturali e sociali del Comune;
Attività di manutenzione, di allestimento, di recupero di aree pubbliche o di beni immobili e di beni mobili, artistici e culturali.

ART.2 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E/O DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1. I contratti di sponsorizzazione e/o gli accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, fondazioni, associazioni senza fini di lucro, cittadini ed in generale qualunque soggetto che, in ragione della propria attività si occupa di problematiche non in conflitto con l'interesse pubblico.
2. La conclusione del contratto tende alla realizzazione o acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività compresi nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente, o all'acquisizione dell'equivalente corrispettivo, o all'acquisizione di prestazione mista beni/servizi/lavori-corrispettivo. Il risultato della sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.
3. I contratti possono anche essere conclusi con soggetti privati, a norma della disciplina degli appalti di lavori pubblici concernenti i beni culturali, per le seguenti tipologie di lavori sui beni culturali:
interventi realizzabili su beni mobili ed immobili, nonché sugli elementi architettonici e sulle superfici decorate del patrimonio culturale, sottoposti alle disposizioni di tutela di cui al Dlgs n. 490/1999;

scavi archeologici.

4. Nel caso di cui al comma 3., i lavori dovranno comunque essere realizzati da imprese qualificate ai sensi del D.P.R. n. 34/2000.

ART.3 - DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

per "contratto di sponsorizzazione" e/o "accordo di collaborazione", un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor) - che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro e/o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito- la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, servizi e simili, nei modi previsti dal contratto;

per "sponsorizzazione" e/o "accordo di collaborazione", ogni corrispettivo in denaro ovvero ogni prestazione (in beni, materiali e/o servizi) diretta o indiretta, o interventi di lavori, provenienti da terzi a titolo gratuito, allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine, senza vincolo di risultato per lo sponsee;

per "sponsor", gli Enti, le Imprese, le Società, le Associazioni senza fini di lucro, o altri soggetti pubblici o privati che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;

per "sponsee" il soggetto sponsorizzato, cioè il Comune di Fucecchio;

per "spazio pubblicitario", lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni (piano di comunicazione) di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor;

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;

ART.4 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al/i Dirigente/i. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al/i Dirigente/i per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.

ART.5 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante trattativa privata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso, approvato con determinazione del Dirigente competente, in relazione ai singoli progetti e/o attività di competenza e in funzione dell'entità delle esigenze e delle finalità da perseguire.

2. Nel caso di interventi di cui all'art. 2, comma 3, del presente regolamento, l'approvazione dell'avviso è preceduta da apposita deliberazione della Giunta comunale che definisce i contenuti tecnici di massima del progetto.

3. Dell'avviso di sponsorizzazione è data notizia mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune di Fucecchio, comunicato agli organi di stampa locali e con altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

l'oggetto della sponsorizzazione e/o del contratto di collaborazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;

l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e/o del piano di comunicazione e la durata dello stesso;

le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

5. Ove pervenga al Comune, di iniziativa di un soggetto sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata ad un determinato progetto o evento, il Comune, valutatane l'opportunità e la rispondenza alle norme del presente regolamento, predispone apposito avviso pubblico che preveda quali elementi minimi richiesti per la sponsorizzazione, quelli offerti dal soggetto proponente. Alla scadenza dei termini fissati dall'avviso, il Comune procederà alla valutazione delle offerte pervenute ed alla individuazione dell'aggiudicatario sulla base di criteri qualitativi oltre che del prezzo o degli elementi quantitativi. L'originario soggetto promotore potrà adeguare

la propria proposta a quella giudicata più conveniente e, in questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario.

6. L'offerta deve in ogni caso essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso pubblico nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

l'esatta identità dell'offerente, con eventuale indicazione del;/i legale/i rappresentante/i del/i soggetto/i munito/i del potere di rappresentanza /i;

l'inesistenza delle condizioni a contrarre con la pubblica amministrazione di cui agli artt.120 e seguenti della Legge 689/81, ed 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;

la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

eventuale qualificazione, in caso di effettuazione di lavori pubblici;

l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

7. Le offerte sono valutate da apposita commissione costituita dal Dirigente del Settore di competenza in sede di determinazione di avvio della procedura di sponsorizzazione, nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso pubblico e di eventuali ulteriori motivazioni, in ordine alla maggiore utilità economica per il Comune e sulla base di criteri qualitativo-economici atti ad individuare le proposte più aderenti alle finalità istituzionali ed operative del Comune (valore economico, convenienza del Comune ad accogliere lo sponsor per la fiducia e l'immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno della promozione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi ecc.).

8. Si potrà procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione, anche su iniziativa del soggetto sponsor, previa istruttoria in ordine all'entità della sponsorizzazione, ai benefici attesi, ai requisiti dello sponsor, alle speciali circostanze ricorrenti, nei seguenti casi:

mancanza di offerte a seguito di avviso pubblico;

qualora ricorrano speciali circostanze, legate all'urgenza ed alla particolare natura dell'iniziativa o dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;

nel caso di sponsorizzazioni il cui valore complessivo – diretto ed indiretto – sia inferiore ad € 5.000,00=.

9. Nel caso di sponsorizzazioni, anche a carattere pluriennale, il cui importo o valore risulti complessivamente superiore ad € 200.000,00=, l'individuazione del contraente sarà effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica.

10. Il Comune può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di fornitura di beni e servizi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione. I relativi elementi valutativi non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento della fornitura o del servizio.

11. Il contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del Settore competente. In tale contratto viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nell'avviso, o nel progetto di sponsorizzazione.

ART. 6 - DIRITTO DI ESCLUSIVA

1. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor e, pertanto, il Comune può ricevere ed accettare più sponsorizzazioni per uno stesso evento o per uno stesso ambito di attività.

2. Qualora un soggetto sia interessato a sponsorizzare un'attività in via esclusiva, il Comune valuterà l'eventuale proposta ricevuta in tal senso, i contenuti dell'accordo, i termini economici della proposta e tali elementi costituiranno oggetto di trattazione fra le parti.

ART.7 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E/O ACCORDO DI COLLABORAZIONE

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

L'individuazione dell'oggetto del contratto;

i lavori, i servizi, le forniture, prestazioni da eseguire dallo sponsor e gli impegni e/o gli obblighi connessi;

profili economici del rapporto contrattuale;

la durata della sponsorizzazione;
gli impegni e/o gli obblighi dello sponsee;
l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile, con precisa individuazione dello spazio di installazione, come da parere del Servizio di P.M. dell'Amministrazione (sponsee);
le modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
verifiche e controlli sulle attività dello sponsor e dello sponsee;
recesso, inadempimenti e risoluzione del contratto;
risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
2. Qualora la sponsorizzazione riguardi un'iniziativa singola destinata a concludersi in un breve periodo di tempo e/o l'importo dei beni, dei servizi, prestazioni o corrispettivi monetari siano di valore inferiore ad € 5.000,00= i termini e le condizioni potranno essere pattuiti nella determinazione dirigenziale.

ART. 8 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione qualora:
ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
la reputi inaccettabile per contrasto a disposizioni di regolamenti comunali o per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione riguardanti:
pubblicità, anche in forma indiretta, vietata secondo le normative di legge in vigore;
propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, attività esoteriche, astrologiche e simili;
messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART.9 - IMPIANTI PUBBLICITARI

1. Qualora lo "spazio pubblicitario" come definito dall'art. 3 del presente regolamento, consista nell'installazione di cartelli pubblicitari o di impianti di servizio, questi non dovranno, tenuto conto delle loro dimensioni, forma, colori, disegno e ubicazione, ingenerare confusione con la segnaletica stradale, ovvero renderne difficile la comprensione o ridurre la visibilità o l'efficacia, ovvero arrecare disturbo visivo agli utenti della strada o distrarne l'attenzione con conseguente pericolo per la sicurezza della circolazione; in ogni caso, detti impianti non devono costituire ostacolo o, comunque, impedimento alla circolazione delle persone invalide. Sono, altresì, vietati i cartelli e gli altri mezzi pubblicitari rifrangenti, nonché le sorgenti e le pubblicità luminose che possono produrre abbagliamento.
2. In attesa dell'emanazione del piano generale degli impianti pubblicitari e della revisione del regolamento della pubblicità, è consentita l'installazione dei suddetti impianti anche in deroga delle distanze minime previste dal Regolamento di esecuzione e attuazione del Codice della Strada, purché la loro dimensione non superi 1 mq. e non siano installati nei seguenti luoghi:
in corrispondenza delle intersezioni;
lungo le curve come definite all'articolo 3, comma 1, punto 20), del Codice della Strada e su tutta l'area compresa tra la curva stessa e la corda tracciata tra i due punti di tangenza;
sulle scarpate stradali sovrastanti la carreggiata in terreni di qualsiasi natura e pendenza superiore a 45°;
3. In attesa dell'emanazione del piano generale degli impianti pubblicitari e della revisione del regolamento della pubblicità, è consentita l'installazione di impianti pubblicitari, di dimensione maggiore di mq. 1 purché rispettino le distanze minime previste per i centri abitati dal Regolamento di esecuzione e attuazione del Codice della Strada.
4. In attesa dell'emanazione del piano generale degli impianti pubblicitari e della revisione del regolamento della pubblicità, le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano agli impianti pubblicitari di servizio, i quali saranno esaminati, di volta in volta, tenendo conto dei principi di sicurezza stradale. Le stesse norme non si applicano neppure ai cartelli e altri impianti pubblicitari a messaggio variabile, in tal caso, gli stessi, saranno esaminati, di volta in volta, tenendo conto dei principi di sicurezza stradale. In via transitoria la variabilità dei messaggi, per i mezzi collocati all'interno dei centri abitati, non potrà essere inferiore a 30 secondi.

5. L'autorizzazione prevista dal Codice della Strada per l'installazione di impianti pubblicitari è assolta con la firma del contratto di sponsorizzazione ed ha una durata pari al contratto stesso. I pareri necessari sono acquisiti dal responsabile del procedimento.

ART.10 - TRATTAMENTO DATI PERSONALI

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste in conformità al D. Lgs 196/2003.

ART. 11 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI E/O ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1.I risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione attivati dai Settori/servizi comunali nell'ambito della gestione dei servizi per il conseguimento di economie e/o di obiettivi di miglioramento dei servizi stessi, possono essere destinati dalla Giunta comunale, previa approvazione di apposito disciplinare:

in parte all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15, comma 1° lett. D) del CCNL dell'1.4.1999 in combinato disposto con l'art. 31, comma 3° del CCNL del 22.1.2004;

in parte per realizzazione di altre eventuali iniziative inserite nel PEG del/i Settore/i che ha/hanno promosso la sponsorizzazione;

in parte ad economia di bilancio.

ART.12 - ASPETTI FISCALI

1.Nel caso in cui lo sponsor eroghi una somma in denaro a fronte dell'obbligo, da parte del Comune, di veicolare il nome o il marchio, si realizza una prestazione di pubblicità commerciale rilevante ai fini IVA e soggetta all'applicazione dell'IVA ai sensi dell'art. 4, comma 2, del DPR 633/1972. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di lavori, servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, trattandosi di operazione permutativa ai sensi dell'art. 11, comma 1, del DPR 633/1972, si opera la doppia fatturazione (la fatturazione dello sponsor al Comune del valore del servizio o del bene soggetta all'IVA e la fatturazione del Comune allo sponsor di pari importo, soggetto all'IVA, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor).

2. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette, oltre che alla normativa fiscale, anche a quella sui tributi comunali per la cui applicazione il presente Regolamento fa rinvio.

3. Nel caso di cui al comma 2 dell'art. 14 del presente regolamento, gli aspetti fiscali sono regolati tra lo sponsor ed il soggetto terzo.

ART.13 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione 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.

ART. 14 - RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione sono effettuati direttamente dall'amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, secondo le procedure di cui al presente regolamento, l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni.

ART.15 - AMMINISTRAZIONE IN QUALITÀ DI SPONSOR

1. L'Amministrazione Comunale può essa stessa assumere la veste di sponsor in relazione alle seguenti iniziative:

per particolari manifestazioni od iniziative culturali e turistiche, inerenti alla pubblicizzazione e/o valorizzazione di attività o beni culturali e/o turistiche;

Per attività sociali o sportive a rilevanza nazionale, regionale o provinciale, con particolare riferimento ad Associazioni e/o Società che operino nel settore dei portatori di handicap o nella ricerca scientifica..

2. L'eventuale corrispettivo, consistente in servizi o in contributi in conto esercizio, deve essere in ogni caso previsto nel Settore competente ed allocato in opportuna voce del PEG. Il Dirigente del Settore competente, sulla base dell'indicazione della Giunta o dell'Assessorato competente provvederà alla relativa imputazione economica, mediante sottoscrizione di apposito contratto con lo sponsee.

3. Dell'iniziativa di sponsorizzazione dovrà essere divulgata informazione mediante pubblicazione all'albo pretorio del Comune, sul sito internet e mediante comunicazione agli organi di stampa locali.

ART.16 - NORME TRANSITORIE

1. Sono fatte salve le richieste già pervenute e/o gli accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento.

ART.17 - NORMA DI RINVIO DINAMICO

1. Le norme del presente regolamento si intendono modificate per effetto di sopravvenute norme vincolanti statali e regionali.

2. In tali casi, in attesa della formale modificazione del presente regolamento, si applica la normativa sopraordinata.