COMUNE DI MONTEBELLO JONICO
Città Metropolitana di Reggio Calabria
protocollo.montebello@asmepec.it
DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE N. 15 EL 29/03/2018

REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI

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 163/2016, 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 dei 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 l'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

consistenti nel mettere a disposizione la possibilità di utilizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito dei 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 danaro o di altre utilità, effettuate 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, di norma individuate e programmate dalla G.C.
2. Possono essere spese di attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni può riguardare tutti i beni e servizi a carico del bilancio comunale.

Art. 4 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive o soggettive

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:

a) ritenga non 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;

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) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

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 danaro;
   b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor.
2. In caso di operazioni permutative, 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 - Pagamento del corrispettivo in danaro della sponsorizzazione

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 30% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.
2. Se richiesto dal Comune, lo sponsor deve prestare apposita polizza fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenete le clausole di cui all'articolo 113, comma 2, del D. Lgs. 163/2006.

Art. 7 - 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;
4. L'avviso deve indicare almeno:
   - l'oggetto della sponsorizzazione;
   - i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
   - la modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore ai 15 giorni;
   - i criteri di valutazione delle offerte;
   - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
   - l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 8;
   - l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:
   - le dichiarazioni richieste dall'avviso;
   - l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
   - l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

Art. *8* - 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. 7, 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 alla selezione.

2. Terminata la procedura di selezione, all'originale 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.

Art. 9 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto dei contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
   a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'articolo7;
   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 a 5.000,00 (iva esclusa).

2. in ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente procedente.

Art. 10 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1) La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare sono definiti:
   a) l'oggetto del contratto;
   b) gli obblighi del contratto;
   c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
   d) la durata del contratto;
   e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
   f) i controlli sull'attività dello sponsor;
   g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
   h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
   i) la competenza del foro di Reggio Calabria in caso di inadempimento;
   j) la disciplina delle spese contrattuali.

2) Nel contratto deve essere prevista la facoltà per il Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo "sponsor", deve essere prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor reci danni all'immagine del Comune, ferma restando il diritto di risarcimento del danno.

Art. 11 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti di appalto

1) Il Comune può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi e forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2) In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

Art. 12 - Aspetti contabili e fiscali

1) I corrispettivi per i contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel PEG ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti dai 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 posti 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 pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

Art. 13 - Controlli

1) L'Ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.
2) I contratti di sponsorizzazione sono inoltre soggetti a controllo da parte dell'ufficio individuato come competente, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici organizzativi e finanziari.

Art. 14 - 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.

Art. 15 - Entrata in vigore

1) Il presente regolamento entra in vigore decorsi 10 giorni dalla pubblicazione all'Albo pretorio della delibera di approvazione.

Indice

Art. 1 - Oggetto e finalità
Art. 2 - Definizioni
Art. 3 - Individuazione programmazione e gestione delle sponsorizzazioni
Art. 4 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive o soggettive
Art. 5 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni
Art. 6 - Pagamento del corrispettivo in danaro della sponsorizzazione
Art. 7 - Scelta dello sponsor
Art. 8 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor
Art. 9 - Affidamento diretto
Art. 10 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione
Art. 11 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti di appalto
Art. 12 - Aspetti contabili e fiscali
Art. 13 - Controlli
Art. 14 - Rinvio
Art. 15 - Entrata in vigore