COMUNE DI INVERUNO

Città metropolitana di Milano

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA
DELLE SPONSORIZZAZIONI

APPROVATO CON DELIBERAZIONE CONSILIARE N. 57 DEL 28.11.2015

INDICE

Art. 1	*Oggetto, finalità e inquadramento normativo*	Pag. 3
Art. 2	*Definizioni*	Pag. 3
Art. 3	*Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari*	Pag. 4
Art. 4	*Ambito di applicazione delle sponsorizzazioni*	Pag. 4
Art. 5	*Diritto di rifiuto – esclusione*	Pag. 4
Art. 6	*Scelta dello sponsor*	Pag. 5
Art. 7	*Contratto di sponsorizzazione*	Pag. 6
Art. 8	*Recepimento di proposte spontanee di sponsorizzazione*	Pag. 6
Art. 9	*Affidamento diretto*	Pag. 6
Art. 10	*Qualificazione dello sponsor*	Pag. 7
Art. 11	*Aspetti contabili e fiscali*	Pag. 7
Art. 12	*Controlli*	Pag. 7
Art. 13	*Riserva organizzativa*	Pag. 8
Art. 14	*Risparmi di spesa e incentivazione della produttività*	Pag. 8
Art. 15	*Rinvio*	Pag. 8
Art. 16	*Entrata in vigore*	Pag. 8

ARTICOLO 1 – OGGETTO, FINALITÀ E INQUADRAMENTO NORMATIVO

1. Il regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi, in favore di iniziative promosse, organizzate e/o gestite dal Comune di Inveruno.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono determinare una diminuzione delle spese o un aumento delle entrate dell'Amministrazione, migliorare la qualità dei servizi istituzionali prestati.
3. Il ricorso alla sponsorizzazione costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato.
4. I benefici derivanti dalla sponsorizzazione dovranno essere iscritti in Bilancio nella parte entrata e nella parte spesa del centro di costo del rispettivo Settore ricevente.
5. Il regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, in attuazione delle disposizioni normative contenute nell'art. 43 della legge n.497/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 26 del D.Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii., nel D.Lgs. 42/2004 e ss.mm.ii., nonché negli orientamenti espressi dall'allora A.V.C.P. ora A.N.A.C.

ARTICOLO 2 – DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

1. per "sponsor" il soggetto (persona fisica o giuridica o associazioni) che intende stipulare con l'Amministrazione un contratto di sponsorizzazione;
2. per "sponsee" il Comune che stipula con un terzo il contratto di sponsorizzazione;
3. per "contratto di sponsorizzazione" il contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), la possibilità di diffondere il proprio messaggio pubblicitario o il proprio marchio in appositi e predefiniti spazi;
4. per "sponsorizzazione" ogni contributo in beni o servizi, denaro o altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro messaggio pubblicitario, al fine di conseguire un beneficio di immagine;
5. per "spazio pubblicitario" lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

ARTICOLO 3 – CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e pubblici, con l'intento di beneficiare a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova realizzazione inseriti o da inserire nei programmi di spesa per i quali è previsto o prevedibile il finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.
2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione della spesa.

ARTICOLO 4 - AMBITO DI APPLICAZIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività dell'Amministrazione, inclusi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare, le manifestazioni fieristiche e sportive gestite e organizzate dal Comune o comunque di interesse dell'Amministrazione.

   Possono inoltre riguardare, a titolo esemplificativo:

   a) attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali e ambientali;
   b) attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
   c) esecuzione di scavi archeologici;
   d) attività di miglioramento dell'assetto urbano e della sicurezza urbana;
   e) attività inerenti il servizio di verde pubblico e di arredo urbano.
2. I contratti di sponsorizzazione potranno anche riguardare appalti relativi alla progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere e lavori pubblici, in relazione ai quali si rinvia alle specifiche disposizioni applicabili, contenute nel D.Lgs. 163/2006 e ss.mm.ii.
3. Le iniziative oggetto di sponsorizzazioni sono individuate dal responsabile di settore interessato sulla base degli indirizzi impartiti dalla Giunta Comunale con apposito atto a seguito di esame di specifici progetti predisposti dal responsabile medesimo.

ARTICOLO 5 - DIRITTO DI RIFIUTO – ESCLUSIONE

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
   a) ritenga possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
   b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine e alle proprie iniziative;
   c) la reputi inaccettabile per motivi di interesse pubblico;

Sono, in ogni caso, escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

   a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
   b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco e alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, gioco d'azzardo.

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

2. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
   a) non sono in possesso dei requisiti di cui agli articoli 34-38 del D.Lgs. n. 163/2006;
   b) si trovano in condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;
   c) non dichiarano di rispettare i principi definiti dalla Risoluzione ONU 2003/16 del 13/08/2003 in materia di :
      - diritto di pari opportunità -
      - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
      - diritti dei lavoratori;
      - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
      - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente;
   d) hanno in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale.

ARTICOLO 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. 9.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio on line e sull'home page del sito istituzionale del Comune.
4. L'avviso deve indicare almeno:
   a) l'oggetto della sponsorizzazione;
   b) i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
   c) le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni;
   d) i criteri di valutazione delle offerte;
   e) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
   f) l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo articolo 8;
   g) 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:
   a) le dichiarazioni richieste dall'avviso;
   b) l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;

c) 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.

ARTICOLO 7 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La gestione delle sponsorizzazioni viene regolata mediante stipula di apposito contratto di sponsorizzazione sottoscritto dallo Sponsor e dal Responsabile del servizio interessato e nel quale sono in particolare stabiliti:
   a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
   b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
   c) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
   d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
   e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
   f) la competenza del foro di Milano in caso di controversie.

ARTICOLO 8 – RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Responsabile 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.

ARTICOLO 9 – AFFIDAMENTO DIRETTO

1. Si può procedere all'affidamento diretto dei contratti di sponsorizzazione nelle seguenti ipotesi:
   a) sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8;

b) in casi,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 € 20.000,00 (IVA esclusa).

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte della posizione organizzativa competente.

ARTICOLO 10 – QUALIFICAZIONE DELLO SPONSOR

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto all'art. 6 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.

ARTICOLO 11 - ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. 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 e in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le prestazioni rese ai sensi del presente regolamento generano emissione di fattura e 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.
5. Le spese relative alla stipula del contratto ed alla sua eventuale registrazione, solo in caso d'uso, saranno interamente a carico dello sponsor.

ARTICOLO 12 – CONTROLLI

1. Le " sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte della posizione organizzativa 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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ARTICOLO 13 – RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo,economico,finanziario, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

ARTICOLO 14 – RISPARMI DI SPESA E INCENTIVAZIONE DELLA PRODUTTIVITÀ

1. Ai sensi dell'art. 43, comma 4, della Legge n. 449 del 1997 al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, il Fondo per il trattamento economico accessorio dei dipendenti è incrementato del 35% dei corrispettivi in denaro e per beni e servizi già previsti come impegno di spesa (art. 2, comma 2, lett. B) derivanti da contratti di sponsorizzazione ed effettivamente introitati nel corso dell'anno dal Comune.

ARTICOLO 15 – RINVIO

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge vigenti in materia.

ARTICOLO 16 – ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entra in vigore dopo la conseguita esecutività della deliberazione che lo approva.