



COMUNE DI RIESE PIO X

(PROVINCIA DI TREVISO)

Regolamento comunale per la disciplina delle sponsorizzazioni e degli accordi di collaborazione

Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. del 30/01/2017

INDICE

SPONSORIZZAZIONI ED ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art. 1 – Oggetto

Art. 2 - Normativa applicabile

Art. 3 – Settori d'intervento

Art. 4 – Finalità

Art. 5 - Definizioni

Art. 6 - Esclusioni

Art. 7 - Norme per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e dello stemma del Comune di Riese Pio X

Art. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 9 - Indirizzi generali per la scelta dello sponsor

Art. 10 - Modalità di affidamento per sponsorizzazioni di importo inferiore alla soglia comunitaria

Art. 11 - Sponsor accreditati

Art. 12 - Sponsorizzazioni miste

Art. 13 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 14 - Garanzie e risoluzione automatica

Art. 15 - Riserva organizzativa

Art. 16 - Accordi di collaborazione

Art. 17 - Aspetti contabili e fiscali

Art. 18 - Verifiche e controlli

Art. 19 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti da contratti di sponsorizzazione

Art. 20 - Dichiarazioni in ordine al possesso dei requisiti generali

Art. 21 - Casi di esclusione delle sponsorizzazioni

Art. 22 - Trattamento dei dati personali

Art. 23 – Entrata in vigore

SPONSORIZZAZIONI ED ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art. 1 – Oggetto

Il presente regolamento disciplina la stipulazione di contratti di sponsorizzazione e di accordi di collaborazione con soggetti privati, per attività ed iniziative di interesse collettivo, secondo le finalità indicate nel successivo art. 4, nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 3.

Art. 2 - Normativa applicabile

La sottoscrizione dei contratti di sponsorizzazione, contratti atipici, e delle convenzioni che regolano gli accordi di collaborazione avviene nell'ambito della libertà negoziale prevista dal Codice Civile (art. 1322), compatibilmente con le disposizioni dettate dalle seguenti normative:

- art. 43 della Legge 449/1997;
- art. 119 del D.Lgs. 267/2000;
- art. 120 del D.Lgs. 42/2004;
- art. 19 del D.Lgs. 50/2016;
- art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL del 01.04.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 05.10.2001 e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.

Art. 3 – Settori d'intervento

1. Il Comune può sottoscrivere contratti di sponsorizzazione in relazione ai seguenti ambiti d'intervento generali:

- attività culturali, di spettacolo e del tempo libero, di varia tipologia;
- attività sportive;
- servizio di assistenza per l'entrata e l'uscita degli alunni dalle scuole;
- attività di promozione turistica;
- attività di manutenzione e/o valorizzazione del patrimonio comunale;
- attività di restauro e di recupero conservativo di edifici comunali;
- attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- lavori, servizi e forniture di cui all'art. 19 del D.lgs. 50/2016;
- ogni altra attività di interesse pubblico e collettivo.

Art. 4 – Finalità

1. Il Comune di Riese Pio X si avvale di contratti di sponsorizzazione e di accordi di collaborazione per il conseguimento delle seguenti finalità:

- realizzare maggiori economie di spesa;
- migliorare la qualità dei servizi prestati;
- favorire l'innovazione all'interno dell'organizzazione amministrativa;
- ogni altra finalità di carattere pubblico a beneficio della collettività.

2. Le iniziative di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione devono essere diretti al perseguimento di interessi pubblici ed escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

Art. 5 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto di pubblicità commerciale a prestazioni corrispettive, (anche plurilaterale in caso di più sponsor contemporaneamente) mediante il quale una parte, il Comune di Riese Pio X (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi ben individuati, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili dello sponsor, secondo le condizioni contrattuali previste, a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro (sponsorizzazione monetaria) o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore del Comune (sponsorizzazione tecnica);

b) per “sponsorizzazione”: ogni corrispettivo in denaro (sponsorizzazione monetaria), oppure ogni prestazione diretta o indiretta (sponsorizzazione tecnica), proveniente dallo sponsor allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili, oppure conseguire una proiezione positiva di ritorno d'immagine tramite la stipulazione di un contratto di pubblicità commerciale;

c) per “sponsor”: il soggetto di natura commerciale, in forma singola o collettiva, che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Riese Pio X, a fronte delle azioni concordate e previste, volte a garantire la visibilità del marchio e la veicolazione e diffusione positiva della propria immagine;

d) per “sponsee”: il Comune di Riese Pio X, beneficiario delle sponsorizzazioni (monetarie o tecniche o miste);

e) per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o virtuale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione del marchio dello Sponsor, messo a disposizione dal Comune di Riese Pio X;

f) per “accordo di collaborazione”: ogni ipotesi di accordo, nato ad iniziativa congiunta tra il Comune di Riese Pio X e un soggetto pubblico o privato, individuale o collettivo, che si proponga di realizzare progetti ed iniziative congiunte di interesse collettivo nell'ambito dei settori d'intervento di cui al precedente art. 3.

Art. 6 - Esclusioni

Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta, a titolo di liberalità, a favore del Comune di somme di danaro (erogazioni liberali in forma monetaria), di beni o di servizi (erogazioni liberali in forma tecnica) non caratterizzati da un rapporto sinallagmatico di prestazione e controprestazione.

Art. 7 - Norme per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e dello stemma del Comune di Riese Pio X

1. I contratti di sponsorizzazione devono includere le clausole relative alle garanzie e alle forme di tutela del marchio dello sponsor, nonché dello stemma del Comune, con specificazione delle modalità di utilizzo dei rispettivi loghi e segni distintivi, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "sponsorizzato," ovvero di quello "sponsorizzante" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale e alla immagine del Comune di Riese Pio X.
3. Il Comune può definire, di volta in volta, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi.

Art. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Il Comune individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor, oppure accoglie le proposte formulate da terzi (imprese commerciali, istituti di credito, compagnie assicuratrici ecc.). In particolare, le iniziative o gli interventi devono essere:

- a) inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale; in questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di spesa a carico del bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;
- b) inserite in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è subordinata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lett. a);
- c) conseguenti a proposte formulate in corso d'anno dalla Giunta Comunale, anche in adesione ad offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.

Art. 9 – Indirizzi generali per la scelta dello sponsor

La scelta dello sponsor avviene secondo quanto previsto dall'art. 19 del D.Lgs. 50/2016.

Art. 10 - Modalità di affidamento per sponsorizzazioni di importo inferiore alla soglia comunitaria

A) Beni, servizi, lavori

A 1) Nel caso di fornitura di beni, servizi e lavori di importo inferiore o pari a € 40.000,00 (iva esclusa), il Comune può affidare la sponsorizzazione direttamente al soggetto proponente o interessato.

A 2) Nel caso, invece, di fornitura di beni, servizi e lavori di importo superiore a € 40.000,00 (iva esclusa), il Comune provvede all'affidamento mediante la procedura di selezione di cui all'art. 19 del D.lgs. 50/2016re

B) Beni e servizi con carattere di unicità

E' ammesso l'affidamento diretto di sponsorizzazioni tecniche, previa adeguata motivazione, nelle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche richieste.

Art. 11 - Sponsor accreditati

Il Comune ha facoltà di selezionare, mediante pubblicazione di un bando, candidati a cui proporre, per un arco temporale non superiore ad un quinquennio, le occasioni di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate, al fine di costituire un apposito albo di sponsor per tutto il Comune.

Art. 12 - Sponsorizzazioni miste

1. Per quanto riguarda forme di sponsorizzazione che prevedano la contemporanea offerta di diverse categorie di forniture (beni – servizi), l'importo a cui fare riferimento per l'applicazione del presente regolamento è dato dalla somma dei valori delle singole fattispecie.

2. Nel caso di sponsorizzazione plurima, tale limite va riferito all'intervento dei singoli sponsor.

3. Le prestazioni lavorative, oppure le forniture di beni o servizi, oggetto della sponsorizzazione, dovranno essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione (commercio, servizi, ecc.).

Art. 13 - Contratto di sponsorizzazione

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

- a) la qualificazione delle parti contraenti
- b) l'oggetto del contratto e la finalità
- c) la durata del contratto
- d) l'importo economico della sponsorizzazione (iva esclusa) e le relative modalità di pagamento
- e) le modalità di svolgimento della sponsorizzazione
- f) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor e quelli del Comune e la definizione dei rapporti reciproci
- g) le modalità di controllo da parte del Comune
- h) l'indicazione degli spazi o forme pubblicitarie consentiti allo sponsor
- i) la definizione degli aspetti fiscali
- l) le responsabilità dello sponsor
- m) le cause e le modalità di revoca del contratto
- n) il divieto di cessione contrattuale.

2. Il contratto di sponsorizzazione viene redatto in forma di scrittura privata da registrarsi soltanto in caso d'uso quando il suo importo non supera i 40.000,00 euro. Per importi superiori a 40.000,00 euro il contratto potrà essere stipulato mediante atto pubblico rogato dal Segretario comunale e registrato, su congrua motivazione del Responsabile della procedura di sponsorizzazione che ne valuta l'opportunità e la convenienza sulla base della natura dell'intera operazione. Tutte le spese relative alla stipulazione dell'atto sono a carico dello sponsor.

2 bis. E' vietata qualsiasi forma di cessione, anche parziale, del contratto di sponsorizzazione.

3. Nel caso di sponsorizzazioni riguardanti la realizzazione di opere pubbliche, compresa la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori, i relativi contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

4. Nel contratto di cui al precedente comma, devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che il Comune intende inserire.

5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni (sponsorizzazione tecnica diretta) devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

6. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni (sponsorizzazione tecnica indiretta) devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 14 – Garanzie e risoluzione automatica

1. A garanzia dell'adempimento del contratto di sponsorizzazione, il Comune può richiedere allo Sponsor, prima della sottoscrizione del contratto, la costituzione di apposita garanzia a favore del Comune stesso, con le modalità e le prescrizioni di cui al D.Lgs. 50/2016.

2. Nell'ipotesi di sponsorizzazione tecnica, lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore di beni o servizi, o l'esecutore dei lavori (S.T. indiretta), ovvero a fornire i beni o servizi o a realizzare l'opera (S.T. diretta), previo nulla osta del Comune di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.

3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo (sponsorizzazione monetaria) o adempimento della prestazione (sponsorizzazione tecnica) sarà causa di risoluzione, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte del Comune sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia.

Art. 15 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Riese Pio X secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E', tuttavia, facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario (fund raising), previo esperimento di procedura selettiva.

3. I requisiti di partecipazione alla selezione dovranno tenere conto dei seguenti elementi:

- volume d'affari dell'operatore economico (fund raiser) dell'ultimo triennio;
- struttura organizzativa (numero dipendenti, filiali ecc.);
- precedenti incarichi di reperimento delle sponsorizzazioni per enti pubblici e/o soggetti privati;
- curriculum professionale degli agenti.

4. L'offerta economica verrà valutata sulla base del compenso richiesto dall'agente, da esprimersi in termini di percentuale sul fatturato da sponsorizzazioni procacciate (royalties), in base alla tipologia delle iniziative oggetto del contratto di agenzia.

Art. 16 - Accordi di collaborazione

1. La stipulazione di accordi di collaborazione, come definiti all'art. 5 del presente regolamento, avviene mediante convenzione.
2. Nella convenzione sono definiti gli impegni e gli oneri a carico di ciascun soggetto per la realizzazione dell'iniziativa, oltre alle responsabilità reciproche; tale forma di collaborazione esula dal regime dei contratti a prestazioni corrispettive.
3. Nel caso in cui nell'ambito della collaborazione si configurino fattispecie di sponsorizzazione come definite all'art. 5 del presente regolamento, legate ad aspetti di pubblicità del marchio di un soggetto commerciale, l'accordo verrà concluso sotto la forma di contratto a prestazioni corrispettive.

Art. 17 - 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 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 vigente in quanto 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. 18 - Verifiche e controlli

1. I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte dell'unità organizzativa competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti contrattuali.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente contestate allo sponsor a cui deve essere richiesto l'adempimento in forma specifica entro un congruo termine, salvo l'eventuale risarcimento del danno.

Art. 19 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti da contratti di sponsorizzazione

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. Le economie di gestione di cui al comma 1) sono utilizzate secondo gli indirizzi definiti annualmente dalla Giunta Comunale per le seguenti finalità:

- a) una quota pari almeno al 85% costituisce economia di bilancio;
- b) la restante quota, e dunque fino ad un massimo del 15%, può essere destinata alle risorse decentrate ai sensi dell'art.15 comma 1 lett. d) del CCNL 01/04/99 e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 20 – Dichiarazioni in ordine al possesso dei requisiti generali

1. I soggetti sponsor affidatari del contratto di sponsorizzazione devono dichiarare nell'ambito del procedimento preliminare alla conclusione del contratto:

- la non appartenenza a organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- l'inesistenza dello stato di fallimento, liquidazione coatta o concordato preventivo o di procedure concorsuali in corso, per la dichiarazione di una delle suindicate situazioni;
- di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili, ai sensi della Legge n. 68/99 e ss.mm.ii., ovvero, di non essere tenuti al rispetto delle norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili;
- di essere in regola con gli obblighi previdenziali ed assicurativi;
- che non sono state comminate sanzioni interdittive che importino il divieto di contrattare con la Pubblica Amministrazione o il divieto di pubblicizzare i propri beni o servizi, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità medesima.

2. L'inesistenza di impedimenti derivanti dalla normativa antimafia o dalla sottoposizione a misure di prevenzione.

Art. 21 - Casi di esclusione delle sponsorizzazioni

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare la sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che dalla stessa 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 o alle proprie iniziative;
- c) reputi la sponsorizzazione incompatibile con le proprie finalità.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) promozione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, armi, gioco d'azzardo;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo.

3. Il Comune, con deliberazione della Giunta Comunale, adeguatamente motivata, può rifiutare le sponsorizzazioni che, pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano ritenute in contrasto con le proprie finalità istituzionali.

Art. 22 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti del D.Lgs. 196/2003 e ss.mm.ii.

2. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento; essi possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento stesso.

Art. 23 – Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore dopo la pubblicazione all'Albo, intervenuta l'esecutività della deliberazione di approvazione del Consiglio Comunale.