



COMUNE DI ARDENNO

Provincia di Sondrio

**P.zza Roma, 10 23011 Ardenno (SO) – telefono 0342/660370 – fax
0342/662068**

P. IVA 00114430143 - e.mail acardenno@provincia.so.it

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. 42 del 29 novembre 2007

Articolo 1 FINALITA'

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, dell'art. 119 del Decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267 e nei CC.CC.NN.LL. vigenti.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione comunale, a realizzare maggiori economie di spesa e a migliorare la qualità dei servizi istituzionali erogati.

Articolo 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 di Ardenno (*“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 e i prodotti in appositi predefiniti spazi pubblicitari;
 - b. per **“sponsorizzazione”**: ogni contributo in beni, servizi, denaro e 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 che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Ardenno;
 - d. per **“spazio pubblicitario”**: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni messo a disposizione dal Comune di Ardenno per la pubblicità dello *sponsor*.

Articolo 3 CONTENUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e con associazioni senza fini di lucro, purchè in possesso dei requisiti di Legge per stipulare contratti con la Pubblica Amministrazione.
2. Il risultato della sponsorizzazione 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 risultato previsto da parte dello *sponsor*.

Articolo 4 PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello *sponsor* è effettuata mediante gara ufficiosa preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più efficaci per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello *sponsor*, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
 - b. l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;

- c. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta dello *sponsor*, da presentare in forma scritta, deve contenere, in particolare:
 - a. il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b. il corrispettivo della sponsorizzazione
 - c. l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere accompagnata da autocertificazioni attestanti:
 - a. l'inesistenza di condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione ai sensi degli articoli 120 e seguenti della Legge 24 novembre 1981, n. 689 e di ogni altra situazione considerata dalla Legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - c. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
 - d. nel caso di persone giuridiche l'elenco dei soggetti muniti di potere di rappresentanza;
 - e. l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e a predisporre tutti gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario.
6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento nel rispetto dei criteri fissati nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo *sponsor* e dal Responsabile di cui al precedente comma; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario indicato nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Articolo 5

INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. La Giunta comunale formula gli indirizzi specifici per l'attivazione delle iniziative di sponsorizzazione sulla base del presente Regolamento.
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 dell'Ente negli interventi di spesa corrente.
3. Qualora un soggetto offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari al fine di rendere un servizio alla cittadinanza, nei casi di urgenza comprovata oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito di avviso pubblico, la Giunta comunale può autorizzare la sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione.
4. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.

Articolo 6

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di apposito contratto nel quale sono indicati, in particolare:
 - a. il diritto dello *sponsor* all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b. la durata del contratto;
 - c. gli obblighi a carico dello *sponsor*;
 - d. le clausole di tutela rispetto ad eventuali inadempienze.

Articolo 7
UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE
SPONSORIZZAZIONI

1. Le somme previste negli interventi interessati dalla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto sono considerate risparmi di spesa; gli eventuali introiti sono considerate entrate specifiche.
2. I risparmi di spesa e le somme incassate ai sensi del comma 1 sono utilizzate per le seguenti finalità:
 - a. una quota stabilita dal contratto decentrato è destinata al Fondo per le politiche di sviluppo delle risorse umane e per la produttività, secondo la disciplina dei CC.CC.NN.LL.;
 - b. la parte residuale è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali.

Articolo 8
DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a. ritenga che 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 sue iniziative;
 - c. la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione e distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
 - d. pubblicità di loghi, marchi o prodotti per i quali il Consiglio comunale ha deliberato l'esclusione motivata dalla violazione dei diritti dell'uomo, degli animali o dell'ambiente.

Articolo 9
ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero ammontare dello stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati dell'intervento interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma 1.

Articolo 10
VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo *sponsor*; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Articolo 11
RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. E' facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico o funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

ART. 12
ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente Regolamento entra in vigore dopo la pubblicazione per 15 giorni consecutivi successivi alla data di cessata pubblicazione della deliberazione di approvazione.