

COMUNE DI SANTA MARIA DI SALA  
Provincia di Venezia

Approvato con deliberazione della Giunta comunale n. 87 del 31.10.2014

CRITERI PER LA DISCIPLINA E LA  
GESTIONE DELLE  
SPONSORIZZAZIONI

## ***Art. 1 - Oggetto e Finalità***

1. I presenti criteri disciplinano le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione comunale, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D. Lgs. 267/2000, nonché nelle vigenti norme contrattuali.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione comunale e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
3. I presenti criteri si prefiggono lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

## ***Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione e destinatari***

1. I contratti di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, in particolare con imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed, in generale, con tutti coloro che, in ragione della propria attività, si occupano di problematiche non in conflitto con l'interesse pubblico, per realizzare o acquisire a titolo gratuito a favore dell'Amministrazione comunale - lavori pubblici, servizi, prestazioni, beni, attività o comunque interventi ordinariamente inseriti nei suoi programmi ed obiettivi. Il risultato della sponsorizzazione e/o collaborazione si concretizza, quindi, nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

## ***Art. 3 - Definizioni***

1. Ai fini dei presenti criteri si intende:
  - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale una parte (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a favore del Comune (sponsee), che a sua volta si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative destinate al pubblico, a diffondere il nome dello sponsor tramite prestazioni accessorie di veicolazione del marchio, del logo o di altri messaggi a favore dello sponsor secondo quanto previsto dal contratto di sponsorizzazione.
  - b) per "sponsorizzazione e/o collaborazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, lavori o comunque interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la ragione sociale e/o marchio aziendale;
  - c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
  - d) per "promotore": un soggetto privato che presenta all'Amministrazione comunale una proposta di contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione corredata da programma, preventivo, progetto, ecc.
  - e) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

#### ***Art. 4 - Progetto di sponsorizzazione***

1. Il progetto di sponsorizzazione può prevedere una o più delle seguenti iniziative:
  - 1.1. Sponsorizzazioni sul sito internet del Comune: trattasi della possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese private riservandosi la clausola di gradimento.
  - 1.2. Concessione del marchio comunale come strumento promozionale. Trattasi di marchio commerciale di derivazione dello stesso stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese private per l'apposizione dello stesso sui propri prodotti, sulle insegne, in abbinamento ai loghi aziendali ecc.
  - 1.3. Sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali e altro.
  - 1.4. Utilizzo a fini pubblicitari di spazi posti all'interno e all'esterno degli edifici comunali (es. tabelloni elettronici, bacheche con pubblicazioni di matrimonio, ascensori, sale riunioni ritenute idonee, palestre, piscine, impianti sportivi, androni);
  - 1.5. Utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (es. buoni mensa, cedolini stipendi, bollette acqua, carta intestata, buste, ecc.)
  - 1.6. Titolazione di spazi (es. sale del teatro, palestre, sale riunioni, altro)
  - 1.7. Abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento; di una piazza; di una via; di un ponte; di un'isola pedonale; di una fontana; di una pensilina e altro)
  - 1.8. Cura di aree verdi affidate a ditte (il marchio dell'impresa sarà esposto presso il giardino curato dal Comune a spese della ditta o direttamente dalla ditta stessa);
  - 1.9. Servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole e palestre, e simili)
  - 1.10. Fornitura di beni (es. materiale d'arredo, panchine, cestini gettacarta, fioriere, rastrelliere porta bicicletta, stampati e altro);
  - 1.11. Fornitura di infopoint e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dal Comune;
  - 1.12. Marchiatura delle portiere delle automobili del Comune;
  - 1.13. Predisposizione di gadget (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento Comune - azienda sponsorizzata;
  - 1.14. Sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori;
  - 1.15. Sponsorizzazione di opere, realizzazione di rotonde spartitraffico;
  - 1.16. Sponsorizzazioni diverse con comunicazioni sonore e visive mediante utilizzo della telefonia fissa e mobile
  - 1.17. Altre iniziative similari anche per mezzo di eventuali nuove tecnologie di comunicazione.

## ***Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione tramite scelta dello sponsor da parte del Comune***

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla amministrazione comunale secondo la disciplina dei presenti criteri.
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, a mezzo di trattativa privata preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso. Qualora le sponsorizzazioni riguardino prestazioni rientranti tra quelle previste dal Regolamento Comunale di semplificazione dei procedimenti di spese in economia, le relative procedure saranno quelle previste dal Regolamento stesso o ad esso riferibili per analogia.
3. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione non esclusiva l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni a soggetti privati, scelti mediante procedura ad evidenza pubblica o gare ufficiose come previsto nel successivo art. 7.
4. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio ed eventualmente in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione, quali, ad esempio, inserimento nel sito internet del Comune ed invio alle associazioni di categoria.
5. 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.
  - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
  - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
  - a) il bene, il servizio, l'immagine, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
  - c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
  - **per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)**
    - a) per le persone fisiche:
      1. l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
      2. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
      3. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
      4. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
    - b) per le persone giuridiche:
      - oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
8. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

9. Le offerte di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, sono approvate con atto deliberativo dalla Giunta tenuto conto di quanto previsto dai presenti criteri.

### ***Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor***

Il Comune può decidere di affidare l'incarico non esclusivo per la ricerca di sponsor a soggetti privati, scelti tramite gara ufficiosa, secondo le procedure previste dal Regolamento Comunale di semplificazione dei procedimenti di spese in economia, o altra procedura ad evidenza pubblica.

La procedura di gara viene avviata dal Comune mediante definizione di specifico bando contenente le caratteristiche dell'incarico, la richiesta di presentazione di apposito progetto – offerta, la definizione del compenso e la durata dell'incarico.

Il Comune individua l'aggiudicatario sulla base di pre-requisiti per l'ammissione quali:

- 1 volume d'affari dell'ultimo triennio (per le ditte specializzate);
- 2 struttura organizzativa (numero dipendenti, divisioni, filiali ecc.)
- 3 precedenti esperienze nell'ambito delle sponsorizzazioni per gli enti pubblici
- 4 curriculum professionale, con particolare rilievo per l'attività svolta in ambito pubblico (per i soggetti privati)

e valuta l'offerta sulla base del compenso richiesto al Comune, da esprimersi in termini di percentuale su quanto fatturato dal Comune per le sponsorizzazioni procacciata dall'agente.

### ***Art. 7 - Iniziativa da parte di un "promotore" per la stipula di un contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione.***

1. Un soggetto privato di seguito chiamato "promotore" può presentare all'Amministrazione comunale una proposta di contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione mediante offerta adeguatamente documentata da un preventivo, progetto e relativo capitolato, ecc. con i contenuti di cui all'art. 2 dei presenti Criteri.
2. A seguito della ricezione della proposta di cui al precedente punto 1, il Responsabile del Servizio competente per materia provvederà all'istruttoria e all'eventuale richiesta di documentazione o di dettagli integrativi necessari per la completezza del progetto.
3. Qualora dall'istruttoria emerga la non corrispondenza della proposta di cui al punto 1) a quanto previsto dai presenti Criteri sarà comunicata dal Responsabile del servizio la non procedibilità e fattibilità del progetto.
4. Il Responsabile del Servizio competente, in caso di ricevibilità del progetto, dovrà rendere noto e pubblicizzare lo stesso mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, sul sito Internet del Comune e in altra forma ritenuta di volta in volta più conveniente per una migliore conoscenza in base al contenuto ed oggetto della proposta di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione, al fine di consentire a chi fosse interessato di presentare una proposta alternativa e migliorativa
5. Nell'eventualità che entro i termini stabiliti dal bando pervengano altre proposte si procederà alla comparazione, secondo i criteri previsti dal'avviso, del progetto del soggetto promotore con quelle degli altri soggetti. In caso non venga presentata altra proposta/il contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione verrà stipulato con il promotore dell'iniziativa.

6. In caso di presentazione di più proposte, la pronuncia definitiva dell'Amministrazione sarà resa nota secondo le medesime modalità di cui al punto 4 e comunicata al soggetto promotore.
7. A seguito delle procedure di cui sopra, il soggetto promotore, entro i termini stabiliti dal bando, potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione economicamente più vantaggiosa. In questo caso il promotore risulterà aggiudicatario del contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione da lui stesso promosso. In caso contrario risulterà aggiudicatario il soggetto che presentato la migliore proposta e si provvederà alla stipula del contratto.

### ***Art. 8 - Contratto di sponsorizzazione***

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione tra le parti di un apposito contratto nel quale sono richiamati i riferimenti della normativa, dei regolamenti, di specifiche deliberazioni e altri atti amministrativi e stabiliti in particolare:
  - a) oggetto e finalità;
  - b) impegni dello sponsor;
  - c) impegni dello sponsor ente Comune;
  - d) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
  - e) determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione;
  - f) eventuale clausola di esclusiva;
  - g) la durata del contratto di sponsorizzazione;
  - h) verifiche contrattuali;
  - i) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

### ***Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni***

1. L'amministrazione comunale si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora manchino o vengano meno durante l'esecuzione del contratto, le limitazioni di cui alla Legge 449/1997 art. 43 comma 3.
2. L'amministrazione comunale si riserva altresì la facoltà di rifiutare proposte di sponsorizzazioni quando:
  - 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 proprie iniziative;
  - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
3. 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, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

### ***Art. 10 - Aspetti contabili***

1. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono inserite, secondo quanto previsto dal Dlgs 267/2000 e dal Dpr 194/1996, nel bilancio di previsione ad inizio anno, o durante l'anno con successiva variazione, sulla base di criteri prudenziali.

2. Le risorse individuate come maggiori entrate sono contabilizzate tra le entrate extratributarie al Titolo III. Le risorse individuate come minori spese sono comunque contabilizzate a bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di consentire la regolarizzazione contabile e il rispetto della normativa fiscale.
3. Le risorse individuate come minori spese e costituite nella fornitura da parte dello sponsor di beni sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto di ammortamento economico.
4. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono altresì contabilizzate nel rendiconto, parte finanziaria di cui conto del bilancio e parte economico-patrimoniale, di cui conto del patrimonio e conto economico, nel rispetto della normativa e dei principi contabili vigenti.

### ***Art. 11.- Aspetti fiscali***

Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione i presenti Criteri fanno rinvio.

In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore del servizio o del bene, soggetta ad Iva, e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetta ad Iva, per il messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.

In caso di contratto di sponsorizzazione relativo a servizi di manutenzione del verde pubblico con collocazione di cartelli pubblicitari su area appartenente al demanio specifico o al patrimonio indisponibile dell'ente, trova applicazione la normativa Tosap di cui D. Lgs 507/1993 e s.m.i. in quanto si è in presenza di un'entrata tributaria e non di un corrispettivo. In questo caso, lo sponsor dovrà comunque emettere fattura al Comune, facendo riferimento al valore normale del servizio reso.

### ***Art. 12 - Trattamento dei dati personali***

- 1 I dati personali raccolti in applicazione dei presenti Criteri saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
- 2 I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dalla vigente normativa a tutela della privacy.
- 3 Titolare del trattamento dei dati è il Comune di in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge vigente.
- 4 I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione dei presenti criteri.
- 5 I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità di presenti Criteri.

### ***Art.13 - 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, 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 e comunque l'immediato intervento dello sponsor per il ripristino sui livelli ottimali della prestazione convenuta.

### ***Art. 14 - Rinvio***

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nei presenti Criteri si fa rinvio:

- a) per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
- b) per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi alla normativa specifica in materia.

### ***Art. 15 - Entrata in vigore***

Il presente Regolamento entra in vigore alla data di esecutività della delibera di approvazione, salve diverse disposizione di legge.

Per quanto non previsto nel presente Regolamento, si fa riferimento alle norme e leggi vigenti.