

COMUNE DI GAVORRANO
PROVINCIA DI GROSSETO



**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA
STIPULA DI CONTRATTI DI
SPONSORIZZAZIONE**

Approvato con delibera del Consiglio Comunale n. del

INDICE

- Art. 1 FINALITA'
- Art. 2 DEFINIZIONI
- Art. 3 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE
- Art.4 CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI
- Art. 5 OBBLIGHI A CARICO DEL COMUNE
- Art. 6 RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONE
- Art. 7 SCELTA DELLO SPONSOR
- Art. 8 RECEPIMENTO DI PROPOSTE DI SOGGETTI TERZI
- Art. 9 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE
- Art.10 ASPETTI CONTABILI E FISCALI
- Art.11 NORME DI RINVIO

Art. 1 - FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art.120 del DLgs n.42/2004 e dell'art.26 del DIGs n.163/2006.

2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art.2 - DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione ": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell 'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;

b) per " sponsorizzazione ": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;

c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;

d) 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. 3 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1.La Giunta Comunale, nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni , in via generale nell'ambito degli obiettivi assegnati ai responsabili dei servizi oppure con specifico atto nel corso dell'anno.

2. Il Comune di Gavorrano può autorizzare forme "sponsorizzazione" in relazione:

a) ad attività culturali ;

b) ad attività sportive;

c) ad attività di promozione turistica;

d) ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;

e) ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;

f) ad esecuzione di scavi archeologici;

g) ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;

h) ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;

i) ad attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici;

j) ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico (residualmente).

3.Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai due commi che precedono sono demandate alla esclusiva competenza del responsabile preposto al servizio interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina, in stretta collaborazione con il dirigente del servizio finanziario

Art.4 - 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 denaro;

b) forniture di beni , servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor

Art. 5 – OBBLIGHI A CARICO DEL COMUNE

1.Il Comune, quale controprestazione a quanto forniti dallo sponsor, farà realizzare alcune delle forme pubblicitarie indicate di seguito:

a) riprodurre il marchio-logo o generalità dello sponsor su tutto il materiale pubblicitario delle iniziative oggetto della sponsorizzazione (manifesti, volantini, ecc...);

b) riportare nel sito WEB del Comune, nello spazio informativo dell'attività, gli estremi dello sponsor e l'oggetto del contratto di sponsorizzazione;

c) posizionamento di targhe o cartelli indicanti il marchio-logo o generalità dello sponsor sui beni durevoli .

2.Le forme di pubblicità sono rapportate all'entità del bene o servizio fornito dallo sponsor. Esse possono riguardare tutte o solo alcune delle modalità previste dal presente articolo.

Le stesse sono determinate in sede di stipulazione del contratto.

3. L'imposte sulla pubblicità, ove dovuta, dovrà essere corrisposta dallo sponsor direttamente al Comune o al concessionario, nella misura di Legge.

Art.6 – RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il Comune si riserva, a suo insindacabile giudizio, la facoltà di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione.

2. In particolare, esso non procederà alla stipula del contratto di sponsorizzazione quando ricorra uno dei seguenti casi:

conflitto di interessi tra le finalità perseguite al Comune e quelle perseguite dallo sponsor;
possibilità di pregiudizio per il Comune derivante dalle qualità, anche di ordine morale, dello sponsor, desumibili da atti ufficiali;
messaggio pubblicitario pregiudiziale o dannoso all'immagine dell'Amministrazione Comunale o alle proprie iniziative;
in qualsiasi altro caso ritenuto in contrasto con la Legge o con i Regolamenti comunali, oppure inaccettabile per motivi di opportunità generale.

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

3. L'apprezzamento circa la sussistenza di una delle cause sopraindicate è di esclusiva competenza del dirigente

Art. 7 – SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 8.

2. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul profilo di committente del Comune e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.

3. L'avviso deve indicare almeno:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
- le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni;
- l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- 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. 9;
- l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.

4. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.

5. 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.

6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) per le persone fisiche:
 - l'esistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
- b) per le persone giuridiche:

- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - 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
- 7.. Previa istruttoria degli effetti benefici, il responsabile del servizio competente può stipulare il contratto di sponsorizzazione in via diretta qualora un soggetto privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti, al fine di rendere un servizio, nei seguenti tassativi casi:
- mancanza di offerte a seguito di avviso;
 - sponsorizzazioni di importo inferiore a € 10.000,00 oltre IVA;
 - fornitura che riguarda beni la cui produzione è garantita da attività industriale.

Art. 8 - RECEPIMENTO DI PROPOSTE DI SOGGETTI TERZI

1. Nel caso in cui 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 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.

Art.9 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

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

- a) l'oggetto del contratto;
- b) il valore della sponsorizzazione;
- c) la forma di corrispettivo e le modalità di pagamento;
- d) la durata del contratto;
- e) gli impegni e/o obblighi dello sponsor;
- f) le modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsor;
- g) gli impegni e/o obblighi dello sponsor;
- h) l'eventuale diritto di "esclusiva";
- i) i casi di recesso;
- j) l'inadempimento e la risoluzione del contratto;
- k) la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto;
- l) le spese e disposizioni contrattuali finali;

Art.10 – ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile.

2. 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.

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 servizio 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.11 – NORME DI RINVIO

Per tutto quanto non previsto dal presente Regolamento, si fa rinvio alle Leggi, sia speciali che generali, regolanti la materia