



**COMUNE DI
CASTELNUOVO BERARDENGA**
(PROVINCIA DI SIENA)

**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con Deliberazione Consiglio Comunale n.115 del 30/11/2015

Indice

Art. 1 Oggetto e Finalità

Art. 2 Definizioni

Art. 3 Destinatari

Art. 4 Scelta dello Sponsor

Art. 5 Programmazione e Gestione delle Sponsorizzazioni

Art. 6 Ambito di applicazione delle Sponsorizzazioni clausola sponsor

Art. 7 Vincoli di Carattere Generale ed Esclusioni

Art. 8 Trattamento dei Dati Personali

Art. 9 Utilizzo dei Risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 10 Riserva Organizzativa

Art. 11 Verifiche e Controlli

Art. 12 Dispositivi Finali

Art. 1

Oggetto e Finalità

1. Il presente regolamento disciplina la sola attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute:
 - nell'art. 43 "Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività della Legge 27.12.1997, n. 449 e ss.mm.ii;
 - nell'art. 119 "Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni" del D.Lgs. 18.08.2000 n. 267;
 - nell'art. 15 "Risorse per le politiche di sviluppo delle risorse umane e per la produttività" del C.C.N.L. del comparto del personale delle Regioni - Autonomie Locali sottoscritto il 1° aprile 1999;
 - nell'art. 26 "Finanziamento della retribuzione di posizione e di risultato" del C.C.N.L. dei dirigenti degli Enti Locali sottoscritto in data 23 dicembre 1999;
 - nell'art. 26 "Contratti di sponsorizzazione" del D.Lgs. 12.04.2006;
 - nell'art. 199-bis del D. Lgs. n. 163/2006 "Disciplina delle procedure per la selezione dello sponsor";
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

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per contratto di sponsorizzazione, un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un predeterminato corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicazione in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc;
 - b. per sponsorizzazione, ogni contributo in beni o servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine; a seconda della tipologia, si distinguono:
 - la sponsorizzazione "tecnica", consistente in una forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento a cura e a spese dello sponsor delle prestazioni richieste (oltre a lavori, le prestazioni rese dallo sponsor potranno consistere, come si vedrà, anche in servizi e forniture strumentali ai primi - ad es., servizi di installazione e montaggio di attrezzature e impianti, forniture degli arredi da collocare nei locali - o in servizi e forniture autonomi, ad esempio servizi necessari all'organizzazione di mostre all'interno di istituti della cultura pubblici);
 - la sponsorizzazione "pura" o "finanziaria", in cui lo sponsor si impegna unicamente a finanziare, anche mediante accollo, le obbligazioni di pagamento dei corrispettivi dell'appalto dovuti dall'amministrazione;
 - la sponsorizzazione "mista" (ossia risultante dalla combinazione delle prime due) in cui lo sponsor può - per esempio - curare direttamente e fornire la sola progettazione, limitandosi ad erogare il finanziamento per le lavorazioni previste.
 - c. per sponsor, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che

intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune (che assume il ruolo di "sponsee" o sponsorizzato);

- d. per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità di veicolazione che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor;

Art. 3 Destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con:
 - a. Qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare con la Pubblica Amministrazione così come indicati all'art.38 "Requisiti di ordine generale" del D.Lgs. 163/2006 e succ. mod.; per i soggetti incaricati di tutta o di parte della realizzazione degli interventi, i requisiti di idoneità professionale, di qualificazione per eseguire lavori pubblici, di capacità economica e finanziaria, tecnica e professionale dei fornitori e dei prestatori di servizi, di cui agli articoli 39, 40, 41 e 42 del Codice Appalti.
 - b. Persona giuridica di diritto pubblico o privato (Fondazioni), avente o meno finalità commerciali, quali le società di persone e di capitale, le imprese di assicurazioni, i consorzi imprenditoriali
 - c. Associazioni senza scopo di lucro (le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con le attività del Comune e con i vincoli di cui all'art. 7) per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari, con finanziamento a carico del bilancio dell'ente.
 - d. Per quanto riguarda gli interventi su beni culturali, fermi restando i presupposti e i requisiti di compatibilità stabiliti dall'articolo 120 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e successive modificazioni, recante il codice dei beni culturali e del paesaggio, per i soggetti incaricati di tutta o di parte della realizzazione degli interventi, i requisiti di idoneità professionale, di qualificazione per eseguire lavori pubblici, di capacità economica e finanziaria, tecnica e professionale dei fornitori e dei prestatori di servizi, di cui agli articoli 39, 40, 41 e 42, oltre ai requisiti speciali e ulteriori di cui all'articolo 201 del Codice Appalti.

Art. 4 Scelta dello Sponsor

1. La scelta dello sponsor è preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso;
2. E' ammessa la trattativa privata diretta, previa adeguata motivazione, con specifico riferimento alle ipotesi in cui il valore economico dell'iniziativa sia inferiore:
 - a. ad € 10.000,00 qualora si tratti di iniziative non attinenti l'esecuzione di lavori e forniture di beni e servizi;
 - b. ad € 40.000,00 per opere classificabili come lavori pubblici (allegato I del D.Lgs. 163/2006) nonché per interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela;
 - c. ad € 20.000,00 per forniture di beni e servizi (di cui all'allegato IIA e IIB del D.Lgs. 163/2006);
3. Tutte le somme predette sono da intendersi al netto di IVA;

4. Per le iniziative che contemplino contemporaneamente diverse fattispecie (forniture di beni, servizi, opere pubbliche) occorrerà considerare la fattispecie con l'incidenza economica prevalente, ai fini della determinazione della soglia di importo sulla quale fare riferimento per l'affidamento diretto;
5. All'avviso è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio e inserimento nel sito internet del Comune; inoltre è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione;
6. L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:
 - a. l'iniziativa, in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario, compreso nell'elenco delle iniziative annuali specifiche rientranti nella programmazione dell'ente ovvero complementare al normale corso delle iniziative o interventi posti in essere in base agli stanziamenti disposti nel bilancio e/o nel PEG;
 - b. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - c. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - d. la durata della sponsorizzazione;
 - e. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
 - f. i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.;
7. L'offerta deve essere presentata in forma scritta su modello dell'ente con le necessarie autocertificazioni e dichiarazioni sostitutive;
8. L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
9. L'offerta di sponsorizzazione, è approvata con atto del Responsabile del settore competente sentita la Giunta Comunale;
10. Ove pervengano più offerte, con l'atto anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione;
11. La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor;
12. L'assegnazione viene riservata al primo soggetto della graduatoria;
13. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore competente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto;
14. I contratti di sponsorizzazione possono essere proposti da privati. Ogni proposta dovrà essere corredata da uno schema di contratto. Rientrano in questa categoria anche i contributi per manifestazioni, progetti, ecc. che aziende private o cittadini concedono
15. Il Responsabile del settore competente entro 10 giorni dal ricevimento perfeziona l'istruttoria e la trasmette alla Giunta Comunale per i successivi provvedimenti di competenza;
16. Il Responsabile del settore competente, in esecuzione della delibera di cui al precedente comma, entro i 10 giorni successivi, dà corso alla determinazione a contrarre di cui all'art. 192 del T.U 18.08.2000, n. 267, cui fa seguito la stipula del contratto.
17. Per quanto riguarda la realizzazione di interventi relativi ai beni culturali, la procedura è quella prevista dall'art.199-bis del D. Lgs. 163/2006 e s.m. che si intende qui integralmente richiamata.

Art. 5

Programmazione e Gestione delle Sponsorizzazioni

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate prioritariamente con il PEG.
2. La realizzazione di interventi relativi a lavori pubblici e ad interventi su beni culturali è definita contestualmente all'adozione/approvazione del Piano Triennale delle Opere Pubbliche, dell'Elenco annuale e dell'Elenco ex art. 199-bis e delle loro rispettive varianti.
3. In alternativa qualora nel corso dell'anno si presentino iniziative e/o proposte non programmate ma comunque rientranti nelle attività in relazione alle quali il presente Regolamento prevede espressamente la possibilità di attivare contratti di sponsorizzazione, il Responsabile di volta in volta interessato, sentita la Giunta Comunale, può definire con apposito atto, lo specifico progetto di sponsorizzazione;
4. Per iniziative di particolare rilevanza e/o inerenti ambiti o settori, possono essere previsti più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione;
5. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:
 - a. il diritto dello sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c. la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d. il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
 - e. clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
4. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto, il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.
5. 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 previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 6

Ambito di applicazione delle Sponsorizzazioni clausola sponsor

1. Il Comune di Castenuovo Berardenga può autorizzare forme di sponsorizzazione in relazione al seguente elenco, da ritenersi esemplificativo e non esaustivo delle fattispecie autorizzabili:
 - a. ad attività od eventi a rilevanza artistico, culturale o spettacolare di differente tipologia spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
 - b. ad attività sportive;
 - c. ad attività di programmazione turistica;
 - d. ad attività di promozione del patrimonio culturale;
 - e. ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
 - f. ad attività di esecuzione di scavi archeologici;
 - g. ad attività di miglioramento dell'assetto urbano e manutenzione del patrimonio dell'ente;
 - h. ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
 - i. ad attività inerente la protezione Civile ed i Lavori Pubblici (progettazione, direzione

- lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche);
- j. residualmente, ad ogni attività di rilevante interesse pubblico;

2. Per tipologie di opere inserite nei prezziari ufficiali e speciali della Regione Toscana in materia di Lavori Pubblici, l'utilità della sponsorizzazione, intesa sia come effettiva economia di risorse pubbliche che come necessità effettiva dell'intervento proposto, è attestata dal Responsabile del Settore Lavori Pubblici;
3. Indipendentemente dall'attivazione di specifici progetti di sponsorizzazione (programmati o meno) riguardanti le iniziative e le attività anzidette, il Comune è legittimato ad inserire, a propria discrezione, la c.d. clausola sponsor in qualunque procedimento di gara, la quale preveda a carico del partecipante l'obbligo, in caso di aggiudicazione dell'appalto medesimo, di sponsorizzare attività comunque rientranti nelle fattispecie di cui al precedente comma 1, purché la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione, non divenga criterio preponderante;

Art. 7

Vincoli di Carattere Generale ed Esclusioni

1. Tutte le iniziative supportate dalle forme di sponsorship:
 - a. devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b. devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune;
 - c. devono escludere categoricamente qualsiasi forma di propaganda di natura politica, sindacale o religiosa o di pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacchi e materiale pedo-pornografico e al gioco d'azzardo;
2. A tale riguardo l'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione, qualora ritenga che rientri anche in una sola delle fattispecie sopra elencate, qualora sia in corso con l'offerente una controversia legale o, infine, nel caso in cui reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale;

Art. 8

Trattamento dei Dati Personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste;
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal Dlgs 196/2003 e successive modificazioni;
3. Titolare del trattamento è il Comune di Castelnuovo Berardenga, in persona del suo Sindaco Pro Tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopraccitata;
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento;
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento;

Art. 9

Utilizzo dei Risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli di bilancio interessati dalla sponsorizzazione che risultano di fatto, essere economie di finanziamenti propri non utilizzati, sono considerate risparmi di spesa;
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 sono utilizzati per le seguenti finalità:
 - a. implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL del 01.04.1999 con i seguenti criteri:
 - ✓ per sponsorizzazioni di importo fino ad € 30.000,00 nella misura del 15%;
 - ✓ per sponsorizzazioni di importo maggiore ad € 30000,00 nella misura del 10%;
 - b. la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative secondo le indicazioni del bilancio;
3. La ripartizione dei proventi di cui al precedente comma 2, lettera a) è disposta, sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata, per il personale dipendente, con determinazione del responsabile del servizio;

Art. 10

Riserva Organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente Regolamento e le modalità contenute nel Bando/Avviso se emesso;
2. È tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, tramite la Giunta Comunale, formulare un atto di indirizzo al Responsabile del Servizio competente, per affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario;

Art. 11

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, qualitativi e quantitativi;
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicate allo sponsor; la comunicazione e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione;

Art. 12

Dispositivi Finali

1. Il presente regolamento entra in vigore dal quindicesimo giorno successivo alla data di avvenuta esecutività della presente deliberazione.