



COMUNE DI SAN FERDINANDO DI PUGLIA

PROVINCIA DI BARLETTA ANDRIA TRANI

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Delibera di Consiglio Comunale n. 35 del 07/09/2012.

SOMMARIO

ART. 1 Oggetto del regolamento

ART 2 Finalità

ART.3 Contenuti delle sponsorizzazioni

ART. 4 Definizioni

ART.5 Oggetto

ART.6 Vincoli

ART.7 Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione e collaborazione

ART. 8 Iniziativa diretta o per azione di terzi

ART.9 Procedura di sponsorizzazione ad iniziativa diretta del Comune

ART.10 Contenuti dell'offerta

ART.12 Diritto di rifiuto

ART. 13 Contratto di sponsorizzazione

ART. 14 Procedura di sponsorizzazione su iniziativa di terzi

ART.15 Il negozio unilaterale

ART. 16 Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

ART. 17 Il Comune quale sponsor

ART.18 Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor

ART. 19 Aspetti contabili

ART.20 Verifiche e controlli

ART. 21 Rinvio

ART 22 Disposizioni finali

ART. 1

Oggetto del regolamento

- 1) Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell' art.43 della legge 449/1997, nell' art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell' art. 2 del D.Lgs. 30/2004.
- 2) Le norme del presente regolamento costituiscono la disciplina generale per la stipula di contratti di sponsorizzazione e per la conclusione di speciali accordi di collaborazione, afferenti allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di San Ferdinando di Puglia per le finalità e per gli interventi di seguito riportati.

ART. 2

Finalità

- 1) Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l' innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
- 2) Il comune di San Ferdinando di Puglia si avvale dei contratti di "sponsorizzazione" e di "collaborazione", essenzialmente per realizzare le seguenti finalità:
 - a) Per realizzare maggiori economie di spesa, anche nel rispetto del patto di stabilità interno di cui all' art. 28 della legge 23 dicembre 1998, n. 448, e successive modificazioni e integrazioni;
 - b) Per migliorare la qualità dei servizi istituzionali prestati;
 - c) Per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell' Ente;
 - d) Per altre finalità da definire, anche a scopo sociale e umanitario, che facciano propri i precedenti punti a), b), c).
- 3) Il Comune può assumere, nell'ambito di una sponsorizzazione, sia la posizione di sponsee allo scopo di realizzare un beneficio in termini di maggiori entrate per l'Ente o di minori costi connessi alle iniziative attivate, sia in posizione di sponsor qualora ritenga fondamentale la divulgazione della propria immagine in relazione all'organizzazione e alla gestione, da parte di un soggetto privato, di un evento significativo e rilevante in termini di interesse pubblico.

ART. 3

Contenuti delle sponsorizzazioni

- 1) I contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici e privati, imprese individuali, associazioni senza fini di lucro, fondazioni, singoli cittadini e, chiunque in ragione della propria attività si occupa di problematiche non in conflitto con l'interesse pubblico. La conclusione del contratto tende alla realizzazione o acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio del Comune.
- 2) I Funzionari possono prevedere, nell'ambito di gare per forniture di beni, prestazioni di servizi e realizzazione di opere, espliciti punteggi premianti inerenti la sponsorizzazione, al fine della relativa aggiudicazione.

ART. 4

Definizioni

- 1) Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) **per contratto di sponsorizzazione:** un contratto atipico e bilaterale mediante il quale una parte (sponsee) si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative, a diffondere, tramite prestazioni di veicolazione, il nome, il logo, i marchi, i prodotti o altri messaggi di un soggetto terzo (sponsor) che si obbliga a fornire una determinata prestazione quale corrispettivo.
 - b) **per accordo di collaborazione:** uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale mediante il quale

vengono regolate le forme e modalità di coinvolgimento delle parti nella ideazione e/o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;

- c) **per sponsorizzazione:** ogni contributo che può consistere tanto in una somma di denaro, quanto in interventi, attività, servizi, beni, lavori o altre utilità provenienti da terzi o messi a disposizione a favore di terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, i marchi, i prodotti del soggetto di volta in volta denominato sponsor;
- d) **per sponsor:** il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale in cambio di veicolazione del proprio nome nell'ambito di una iniziativa attuata dallo sponsee al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;
- e) **per sponsee:** il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello sponsor.

ART. 5 **Oggetto**

- 1) Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche inserite nella programmazione dell'Ente.
- 2) Il contratto di sponsorizzazione può avere a oggetto:
 - a) la fornitura di materiali/attrezzature;
 - b) la gestione di un'opera/area;
 - c) la realizzazione di un'opera o lavoro;
 - d) la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
 - e) la donazione di un contributo in denaro: a tal fine sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata sul quale riversare le relative somme utilizzate esclusivamente ai fini prefissati nei contatti di sponsorizzazione.
- 3) Il Comune di San Ferdinando di Puglia può autorizzare forme di "sponsorizzazione" in relazione a attività culturali, sportive, di promozione turistica, di valorizzazione del patrimonio culturale, di restauro e recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali, di miglioramento dell'assetto urbano, ad attività inerenti il servizio di verde pubblico ed arredo urbano, di protezione civile e lavori pubblici e, residualmente, ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.
- 4) Nell'ottica del conseguimento di un pubblico beneficio nonché di economie di bilancio e di gestione, le sponsorizzazioni e gli accordi di collaborazione possono consistere anche nella esecuzione di opere e lavori pubblici espletati direttamente dallo sponsor o dal collaborante se dotati dei requisiti di qualificazione ed idoneità previsti dalla legge o da altro soggetto abilitato investito di tale onere dallo sponsor o collaborante.
- 5) A titolo meramente esemplificativo, la sponsorizzazione può realizzarsi attraverso le seguenti iniziative:
 - a) sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali o attività ed eventi di tipo caritatevole;
 - b) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es. bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori, ecc...);
 - c) utilizzo ai fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (es. buoni mensa, cedolini stipendi, bollette, carta intestata, buste, sito internet, ecc...);
 - d) servizi di sistemazione, manutenzione e gestione di aree verdi comunali o servizi diversi;
 - e) fornitura di beni, con particolare riferimento ad attrezzature informatiche di vario genere, sia hardware che software, con o senza prestazioni di servizio, alla fornitura di arredo urbano compreso l'acquisto di mezzi per la gestione dello stesso, ecc...);
 - f) realizzazione di mostre, concerti e spettacoli;
 - g) realizzazione di siti internet;
 - h) esecuzione di lavori in concessione, acquisto di mezzi di trasporto pubblico, realizzazione di impianti sportivi;
 - i) restauro di beni architettonici e monumentali, recupero di opere d'arte e/o archivi storici;
 - j) attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione di massa, l'assistenza agli uffici di staff e l'ufficio stampa, la realizzazione di periodici.
- 6) L'Ente può stipulare accordi di collaborazione con esercizi commerciali del settore alimentare che ne

abbiano interesse, in modo che questi possano divenire partner ufficiali dell'Ente in particolari eventi, al fine di concedere un buono spesa settimanale alle famiglie bisognose, riconosciute tali su istruttorie dell'ufficio comunale preposto.

ART. 6

Vincoli

- 1) Le iniziative supportate tramite sponsorizzazione e accordi di collaborazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione:
 - a) devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
 - b) devono escludere qualsiasi conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - c) devono essere consone e compatibili con la natura istituzionale e l'immagine del Comune e garantire la posizione di neutralità del medesimo;
 - d) devono produrre risparmi di spesa, acquisizione di entrate o una migliore qualità dei servizi istituzionali;
 - e) le prestazioni lavorative, ovvero le forniture di beni, i servizi e i lavori pubblici, oggetto della sponsorizzazione, dovranno essere eseguiti da soggetti qualificati secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione.
- 2) Gli strumenti di attuazione delle sponsorizzazioni non devono essere in contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti.

ART. 7

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione e collaborazione

- 1) La Giunta Comunale formula indirizzi specifici ai responsabili gestionali competenti per l'attivazione delle iniziative di sponsorizzazione e delle collaborazioni da attuare secondo le norme di cui al presente regolamento.
- 2) I responsabili gestionali provvedono a elaborare i programmi e i progetti per i quali può farsi ricorso ai contratti di sponsorizzazione e ad accordi di collaborazione, nonché alla loro quantificazione economico-finanziaria.
- 3) Tutte le fasi attuative e gestionali connesse e conseguenti alle iniziative di cui ai commi che precedono sono demandate alla esclusiva competenza del responsabile gestionale preposto al servizio interessato o maggiormente interessato, che vi provvede attraverso appositi atti di determina, in stretta collaborazione con il responsabile del servizio finanziario che integra ed aggiorna all'uopo il PEG comunale.

ART. 8

Iniziativa diretta o per azione di terzi

- 1) La gestione delle sponsorizzazioni nelle quali il Comune assume la qualifica di sponsee è effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
- 2) La sponsorizzazione può avere origine:
 - a. ad iniziativa del Comune attraverso la pubblicazione di un avviso pubblico;
 - b. ad iniziativa di terzi.
- 3) Possono assumere la veste di sponsor ovvero di collaboratore istituzionale i seguenti soggetti:
 - a. qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
 - b. qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art.2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 cod. civ.);
 - c. le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune.

ART. 9

Procedura di sponsorizzazione ad iniziativa diretta del Comune

- 1) Il responsabile gestionale competente, in relazione a singoli progetti ed in funzione dell'entità delle

esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un avviso, eventualmente indicando a priori le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti a presentare offerte per la stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.

- 2) All'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo pretorio, inserimento nel sito internet e mediante altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
- 3) L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti elementi:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
 - b) le obbligazioni assunte dal Comune nei confronti dello sponsor in termini di pubblicità dell'iniziativa sponsorizzata (spazio pubblicitario messo a disposizione, modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda, ecc.);
 - c) le modalità e i termini di presentazione delle offerte di sponsorizzazione;
 - d) le modalità e i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione;
 - e) la durata e il valore del contratto;
 - f) eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
 - g) disciplina ed eventuali contenziosi e cause di recesso.
- 4) I criteri di selezione fissati nell'avviso dovranno rispondere, di norma, ai seguenti principi generali:
 - a) il contratto sarà stipulato con la ditta che avrà presentato l'offerta economica più vantaggiosa secondo parametri predefiniti nell'avviso pubblico.
 - b) Nel caso che più ditte offrano il totale di quanto richiesto, il contratto riguarderà le stesse ditte in maniera paritetica, previo assenso delle stesse. In tal caso, l'importo totale sarà suddiviso in parti uguali poste a carico delle ditte che accetteranno o potrà essere effettuata una trattativa diretta con le ditte interessate.
- 5) È facoltà del Comune, in relazione a singoli progetti di sponsorizzazione, fissare criteri particolari di selezione.
- 6) Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime.
- 7) Si applicano, per quanto compatibili, le norme in materia contrattuale.
- 8) Per le iniziative di sponsorizzazione di importo inferiore a 20.000,00 euro, il responsabile gestionale, previa autorizzazione della Giunta, può procedere alla stipula del contratto di sponsorizzazione mediante trattativa privata.

ART. 10 **Contenuti dell'offerta**

- 1) L'offerta è presentata in forma scritta secondo le modalità dettagliate nell'avviso di sponsorizzazione e deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - i) l'inesistenza delle condizioni di incapacità 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;
 - ii) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - iii) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - iv) la non appartenenza a organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - b) per le persone giuridiche:
 - i) oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere e di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
- 2) L'offerta deve inoltre indicare il contenuto del messaggio pubblicitario che costituirà oggetto del contratto oppure contenere l'impegno, da parte dello sponsor, ad informare preventivamente, con adeguato preavviso, il Comune sul contenuto del messaggio pubblicitario che egli intenderà utilizzare ai fini della sponsorizzazione. Deve altresì contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

ART. 12 **Diritto di rifiuto**

- 1) Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare le offerte di sponsorizzazione qualora ritenga sussistere un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, o ravvisi nel messaggio un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative o comunque la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
- 2) In particolare devono essere escluse offerte inerenti a messaggi pubblicitari in contrasto con le finalità dell'Ente, il programma politico amministrativo di mandato, l'interesse degli utenti, ovvero a messaggi ingannevoli o che contengono informazioni contrarie all'ordine pubblico o al buon costume o pregiudizievoli per la salute, l'ambiente o la tutela dei minori.
- 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. 13

Contratto di sponsorizzazione

- 1) La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal Responsabile gestionale competente, il quale, prendendo atto delle risultanze del confronto concorrenziale, propone le necessarie variazioni di bilancio in relazione all'attuazione dell'iniziativa di sponsorizzazione.
- 2) Il vincolo contrattuale obbligatorio s'instaura con la sottoscrizione del contratto, nelle forme stabilite per legge con spese a carico dello sponsor.

ART. 14

Procedura di sponsorizzazione su iniziativa di terzi

- 1) Qualora l'iniziativa di sponsorizzazione e di collaborazione sia assunta da terzi, i quali offrano spontaneamente prestazioni, beni, servizi o altre utilità per l'Ente o la collettività ovvero di conseguire lavori, manufatti o opere di interesse pubblico su aree o beni di proprietà dell'Amministrazione comunale, il Comune garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative.
- 2) Nei casi di comprovata urgenza e/o necessità, la Giunta comunale può autorizzare, previa istruttoria tendente ad accertare gli effettivi benefici per l'Ente e la compatibilità dell'iniziativa proposta dal terzo con gli scopi istituzionali del Comune, con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative, la stipulazione del contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione.

ART. 15

Il negozio unilaterale

- 1) Le sponsorizzazioni offerte o proposte ai sensi dell'articolo precedente da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie dove il ritorno di natura pubblicitaria è tenue e il rapporto tra il Comune e il terzo si connota sostanzialmente come contratto a prestazioni economicamente unilaterali con la prevalenza di profili di cosiddetto mecenatismo da parte dello sponsor, sono formalizzate, previa autorizzazione della Giunta Comunale, come procedure di trattativa privata diretta.

ART. 16

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

- 1) Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni e accordi di collaborazione, che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
- 2) Tali risparmi di spesa, con deliberazione adottata dalla Giunta Comunale, saranno destinati, nella misura in essa determinata, ad incrementare il fondo per le politiche di sviluppo delle risorse umane e per la produttività, ai sensi dell'art. 15-comma 1-del C.C.N.L. 1/4/1999 nonché il fondo per il finanziamento della retribuzione di posizione e di risultato.
- 3) La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla

contrattazione decentrata.

ART. 17

Il Comune quale sponsor

- 1) Il Comune può assumere, nelle iniziative di sponsorizzazione, anche la veste di sponsor veicolando il proprio nome e la propria immagine presso il pubblico attraverso il sostegno, finanziario o di altra natura, di particolari iniziative di carattere socio-culturale o sportivo o di interventi di riqualificazione della Città e del suo territorio e/o di valorizzazione del patrimonio comunale, ideati, organizzati e realizzati da soggetti privati o da associazioni senza fini di lucro, ritenuti di volta in volta apprezzabili in relazione all'interesse dell'Ente e della collettività e rilevanti ai fini del raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sociale, civile e culturale dei cittadini e del territorio.

ART. 18

Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento incarico di ricerca sponsor

- 1) Il Comune può, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni, ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario o ad altro soggetto pubblico e/o privato.

ART. 19

Aspetti contabili

- 1) Le risorse individuate come maggiori entrate sono contabilizzate tra le Entrate Extratributarie, al Titolo III°, categoria "Proventi diversi".
- 2) Le minori spese sono contabilizzate nella parte "Spesa" del bilancio per pari importo, al fine di consentire la regolarizzazione contabile.
- 3) Le minori spese consistenti nella fornitura da parte dello sponsor di beni ammortizzabili 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, nel rispetto delle normative e dei principi contabili vigenti.

ART. 20

Verifiche e controlli

- 1) Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Settore comunale competente, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni convenute nel contratto.
- 2) Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor, la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 21

Rinvio

- 1) Per quanto non disciplinato del presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge vigenti in materia oggetto del contratto di sponsorizzazione riferita ai diversi settori d'intervento.

ART. 22

Disposizioni finali

- 1) Il presente Regolamento entra in vigore alla data di esecutività della deliberazione di Consiglio Comunale di approvazione. Con l'entrata in vigore del presente Regolamento sono abrogati e cessano pertanto di avere efficacia tutti gli atti ed i provvedimenti già eventualmente esistenti.