



COMUNE DI CASORATE PRIMO
(Provincia di Pavia)

**REGOLAMENTO SULLA DISCIPLINA
DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale nr. 48 del 30.9.2008

INDICE

TITOLO I NATURA, SCOPI E FUNZIONI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- Art. 1 - Oggetto**
- Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione**
- Art. 3 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio, oltrechè per forma contrattuale**
- Art. 4 - Finalità**
- Art. 5 - Ambito di applicazione**
- Art. 6 - Vincoli di carattere generale**
- Art. 7- Il Comune come *sponsee***
- Art. 8 - La figura dello sponsor**
- Art. 9 - Funzione della sponsorizzazione**
- Art. 10 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi**
- Art. 11 - Sponsorizzazioni plurime**

TITOLO II MODALITÀ DI SCELTA DEL CONTRAENTE

- Art. 12 - Regole generali e comuni**
- Art. 13 - L'offerta di sostanziale mecenatismo**
- Art. 14 - La valutazione delle offerte**
- Art. 15 - Compiti specifici dei Responsabili dei Servizi**

TITOLO III DISPOSIZIONI FINALI

- Art. 16 - Normativa di rinvio**
- Art. 17 - Aspetti fiscali**
- Art. 18 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti delle sponsorizzazioni**
- Art. 19 - Verifiche e controlli**
- Art. 20 - Riserva organizzativa**
- Art. 21 - Entrata in vigore**

TITOLO I

NATURA, SCOPI E FUNZIONI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 1 - Oggetto

1. Le norme del presente Regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la sponsorizzazione, relativi allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse di questo Comune nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 5 e per le finalità indicate nell'art. 4, che di nuovo segue.
2. Il presente Regolamento è adottato in sostanziale attuazione delle previsioni recate dall'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 - che si pone in tema, come normativa di principio - rispettando altresì le linee fondanti delle disposizioni contenute nell'ex art. 119 del TUEL D.Lgs 267/00 e successive modificazioni ed integrazioni, e dell'art. 26 del D.Lgs. 163/2006;
3. E' criterio preminente di lettura e di interpretazione delle disposizioni regolamentari che seguono, quello della peculiare atipicità e novità degli istituti contrattuali considerati, pertanto le specifiche disposizioni inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici richiamate vengono adottate, di volta in volta, in base alla specialità dei rapporti di seguito disciplinati.

Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione determina a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune, le modalità con cui questo Comune si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività.

Art. 3 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio, oltreché per la forma contrattuale

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati da questa Amministrazione comunale prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. Le modalità di associazione del nome e del marchio del soggetto <<sponsorizzante o sponsee>> ovvero di quello <<collaborante o sponsor>> devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie del Comune di Casorate Primo.
3. L'utilizzazione dello strumento della sponsorizzazione, avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto o convenzione da redigersi in forma scritta.
4. L'Amministrazione comunale può definire, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Art. 4 - Finalità

1. Il comune di Casorate Primo intende tendenzialmente avvalersi dell'istituto della sponsorizzazione essenzialmente:
 - per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
 - per realizzare maggiori economie di spesa,
 - per migliorare la qualità dei servizi prestati.

Art. 5 - Ambito di applicazione

1. Il comune di Casorate Primo ricorre, esemplificativamente, a forme di <<sponsorizzazione>> in relazione:
 - ad attività culturali di differente tipologia;
 - ad attività sportive;
 - ad attività di promozione turistica;
 - ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
 - ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
 - ad esecuzione di scavi archeologici;
 - ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
 - ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
 - ad attività inerenti la Protezione Civile
 - ad attività inerenti i Lavori Pubblici;

Art. 6 - Vincoli di carattere generale

1. Tutte le iniziative supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship di cui al precedente art. 5, sono necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici:
 - devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Casorate Primo;
 - devono produrre risparmi di spesa.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti superalcolici e, materiale pornografico;
 - messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 7 - Il comune come sponsee

1. Con l'approvazione del seguente regolamento (e nel rispetto dello stesso) il Consiglio Comunale autorizza in via generale la Giunta Comunale, ad avvalersi di sponsorizzazioni e collaborazioni per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico.
2. La Giunta Comunale nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune di Casorate Primo il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni, in via generale e per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni.
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 del servizio al settore interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede attraverso appositi atti di determina.

Art. 8 - La figura dello sponsor

1. Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:
 - qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
 - 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.) in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;

- le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune.

Art. 9 - Funzione della sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione rappresentano strumenti tramite i quali questo Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali (beni, forniture e servizi) finalizzati alla:
 - realizzazione di opere e di lavori pubblici, concernenti i beni mobili e immobili, la cui esecuzione rimane a carico di Questo Comune;
 - interventi sugli elementi architettonici e sulle superfici decorate di beni del patrimonio culturale, sottoposti alle disposizioni di tutela di cui al Dlgs. 490/99;
 - esecuzione di scavi archeologici;
 - realizzazione di attività o progettualità;
 - concretizzazione di attività progettuali, o più genericamente, di iniziative da realizzarsi da parte di questo Comune;
 - realizzazione di iniziative riconducibili ai fini propri di questo Comune.
2. Eccezionalmente la sponsorizzazione potrà anche consistere nella esecuzione di opere e lavori pubblici espletati direttamente o per suo diretto strumento dal soggetto sponsorizzante. In questa evenienza si rende comunque azionabile la scelta del contraente per il tramite delle procedure previste per l'esecuzione dei lavori pubblici, secondo quanto più dettagliatamente specificato nel successivo Titolo II di questo stesso Regolamento.

Art. 10 Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione può avere origine per:
 - iniziativa spontanea di questa Amministrazione comunale
 - iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 8 di questo Regolamento.
2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa – ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui al Titolo II che segue – deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.
3. Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al comma 2, che immediatamente precede, avviene mediante deliberazione della Giunta Comunale.

Art. 11 - Sponsorizzazioni plurime

1. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

TITOLO II MODALITÀ DI SCELTA DEL CONTRAENTE
--

Art. 12 - Regole generali e comuni

1. La scelta del contraente avviene, di norma, con procedure ad evidenza pubblica – che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione – tese a garantire la

parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione ovvero di accordi di collaborazione.

2. E' sempre ammessa la trattativa privata, mediante affidamento diretto, previa adeguata motivazione, nei casi indicati dall'art. 41 del R. D. 23 maggio 1924, n. 827 (di approvazione del Regolamento per l'amministrazione del patrimonio e per la contabilità generale dello stato), con specifico riferimento:
 - alle ipotesi di iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere che ove anche si sperimentassero procedure aperte queste andrebbero verosimilmente deserte, o in ogni caso, risulterebbero di un improbabile buon esito;
 - alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
 - alle ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio della procedura aperta;
 - ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure aperte;
3. Per le iniziative che comportino forniture di beni e servizi o esecuzione di lavori di cui alle fattispecie previste dal REGOLAMENTO COMUNALE PER L'ESECUZIONE DI LAVORI FORNITURE E SERVIZI IN ECONOMIA la scelta del contraente avverrà secondo le modalità e le soglie finanziarie previste dallo stesso Regolamento.
4. Anche qualora l'iniziativa della sponsorizzazione muova da privati o da soggetti terzi, il Comune - salve le ipotesi in cui siano da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

Art. 13 - L'offerta di sostanziale mecenatismo

1. Le sponsorizzazioni offerte o proposte dai soggetti di cui all'art. 8, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili di c.d. <<mero mecenatismo>> o spirito di liberalità da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 14 - La valutazione delle offerte

1. In tutti i casi in cui i rapporti di sponsorizzazione siano costituiti con procedure ad evidenza pubblica le offerte verranno valutate da una apposita Commissione presieduta dal Responsabile del Servizio competente in base ai criteri indicati nell'avviso di pubblico da stabilirsi e disciplinarsi sulla base e in relazione alla tipologia dell'intervento.

Art. 15 - Compiti specifici dei responsabili dei servizi

1. Le modalità di scelta del contraente e tutti i contenuti contrattuali, come più in generale l'intera gestione della pratica e del rapporto, si radicano nelle esclusive competenze dei Responsabili dei servizi.

TITOLO III DISPOSIZIONI FINALI

Art. 16 - Normativa di rinvio

1. Per quanto non esplicitamente previsto e specificatamente stabilito negli articoli di questo Regolamento che precedono, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di regolamento dei rapporti con la pubblica Amministrazione e specialmente:
 - ai decreti RR. DD. 18 novembre 1923, n. 2440, e 23 maggio 1924, n. 827, in materia di contabilità generale dello stato;
 - al D.Lgs 12 aprile 2006, n. 163 “Codice dei contratti pubblici relativi a lavori servizi e forniture;
 - alle normative recate dal codice civile e dalle altre leggi vigenti riguardanti la peculiare materia dei contratti e, più genericamente, delle obbligazioni;
 - alla normativa contenuta nello Statuto e nei Regolamenti adottati dal Comune di Casorate Primo.

Art. 17 - 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 stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione dell’intervento.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell’immagine dello sponsor, (spazio pubblicitario) è pari all’importo specificato al comma 1.

Art. 18 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, derivante da iniziative dell’Amministrazione Comunale, sono considerate risparmi di spesa e saranno certificate dal Responsabile del Servizio competente.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzate nella misura del 20% per l’implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all’art. 15 del CCNL del 01.04.1999.

Art. 19 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile di ogni servizio competente in materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor.
3. La notifica e l’eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Art. 20 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente da questa Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. E’ tuttavia facoltà del Comune, 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, secondo le vigenti normative degli appalti dei servizi richiamate anche al precedente art. 12.

Art. 21 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione.