



Comune di Bovisio Masciago

Provincia di Milano

REGOLAMENTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

INDICE

	Pag.
TITOLO I - PRINCIPI GENERALI	
Art. 1 - Oggetto e finalità-esclusioni	3
Art. 2 - Ambito oggettivo di applicazione	3
Art. 3 - Ambito soggettivo di applicazione	4
TITOLO II – TIPOLOGIE- PROCEDURE-	
Art. 4 – Sponsorizzazioni - Accordi di collaborazione	5
Art. 5 - Criteri generici per l'attività di sponsorizzazione	6
Art. 6 – Patrocinio	6
Art. 7- Formalizzazione del rapporto	6
Art. 8 - Casi particolari	6
Art. 9 - Il Comune Sponsor	7
Art.10 - Aspetti fiscali	7
TITOLO IV – NORME FINALI E TRANSITORIE	
Art. 11 - Disposizioni finali	7

TITOLO I PRINCIPI GENERALI

Art. 1 OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento intende disciplinare nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 119) del D. Lgs. 267/00 e dall'art. 43) 2 comma della L. 449/97, i presupposti, le condizioni, la procedura di scelta dello sponsor in relazione ad eventi/manifestazioni promossi dall'Amministrazione Comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse.

Le sponsorizzazioni sono finalizzate al reperimento di risorse aggiuntive in relazione a determinati obiettivi, manifestazioni, progetti dell'Ente al fine di :

- favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa,
 - realizzare maggiori economie,
 - migliorare la qualità dei servizi prestati
 - migliorare gli standard di qualità o l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni e attrezzature all'Amministrazione Comunale;
 - supportare progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune.
2. Tali iniziative si conformano ai seguenti imprescindibili principi generali:
 - a. Perseguimento di interessi ed utilità pubbliche
 - b. Esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata
 - c. Conseguimento di un risparmio di spesa
 - d. Compatibilità con l'immagine ed il decoro pubblici
 - e. Veicolazione del messaggio pubblico

Art. 2 AMBITO OGGETTIVO DI APPLICAZIONE

1. Le sponsorizzazioni possono essere utilizzate per il reperimento di risorse economiche o in natura in relazione ad attività:
 - Culturali
 - sociali
 - sportive
 - di volontariato
 - di promozione turistica
 - di valorizzazione, innovazione, conservazione del patrimonio comunale
 - di valorizzazione, innovazione, conservazione del patrimonio culturale
 - di studio del territorio comunale
 - di promozione artistica
 - di innovazione tecnologica
 - di finanziamento alle politiche di sviluppo ed accrescimento del personale
 - ogni altra attività che persegue interesse pubblico.
2. L'Amministrazione indica nel PEG quali obiettivi/ eventi possono essere finanziati in tutto o in parte mediante il sistema della sponsorizzazione.
3. Le modalità di scelta del contraente e tutti i contenuti contrattuali, come più in genere l'intera gestione della pratica e del rapporto, si radicano nell'esclusiva competenza del dirigente/Responsabili di settore competenti per materia, in applicazione dell'art. 107 D.Lgs. 267/2000 e del presente regolamento. La mancata indicazione, comunque, non preclude il ricorso all'utilizzo a tali figure, sempre nel limite del perseguimento dell'interesse pubblico.
4. E' 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.

Art. 3
AMBITO SOGGETTIVO DI APPLICAZIONE

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere stipulati con persone fisiche, con soggetti giuridici pubblici e privati, con associazioni legalmente costituite.
2. Tali soggetti possono avere carattere economico e/o no-profit. Devono essere in possesso di tutti i requisiti previsti dalle normative per la contrattazione con la Pubblica Amministrazione ed i loro fini non devono essere in contrasto con quelli dell'Amministrazione comunale, contrari all'ordine pubblico ed al buon costume.(1)

(1)In particolare sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettano i principi, come definiti dalla Risoluzioni n. 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Protezione dei Diritti umani del 13 agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti:

- **Rispetto del diritto a pari opportunità e a trattamento non discriminatorio;**
- **Rispetto del diritto di sicurezza e della salute della persona;**
- **Rispetto dei diritti del lavoratore;**
- **Rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche, culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive,delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;**
- **Rispetto degli obblighi riguardante la tutela del consumatore ai sensi della normativa vigente;**
- **Rispetto degli obblighi riguardante la protezione dell'ambiente**

Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, nella commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari).

TITOLO II TIPOLOGIA

Art. 4

CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE- ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1. Per i fini di cui agli artt. 1)-2) del presente Regolamento, l'Amministrazione può concludere contratti di sponsorizzazione, accordi di collaborazione, tramite i quali l'Ente, nell'ambito di proprie iniziative o attività destinate al pubblico, si obbliga a fornire al soggetto sponsorizzante, prestazioni accessorie di veicolazione di immagine, marchio, logo, messaggi, unitamente anche ad altre utilità di volta in volta specificate nel contratto medesimo. Lo sponsor, a sua volta, si obbliga a corrispondere un contributo in denaro, beni, servizi, lavori od ogni altra utilità, a favore dell'Amministrazione comunale.
2. Il contratto di sponsorizzazione è riferito ad uno o più eventi specifici.
3. L'accordo collaborazione, rispetto alla sponsorizzazione, presuppone un'attività eventualmente duratura e coordinata nel tempo.
4. Gli istituti sono applicabili in relazione a forniture, servizi, lavori ed attività anche non rientranti in quelle ordinarie della P.A.
5. La scelta dello sponsor avviene secondo le seguenti procedure:
 - Sino a € 5.000,00 IVA esclusa, mediante trattativa diretta
 - Per valori compresi tra € 5000,01 IVA esclusa ed € 35.000,00 IVA esclusa, l'Amministrazione procederà ad invitare un numero non inferiore a tre soggetti, procedendo alla scelta dello sponsor mediante aggiudicazione all'offerta maggiore e/o a quella ritenuta più congrua e rispondente all'iniziativa dell'Ente, secondo criteri eventualmente prefissati. In mancanza di presentazione di offerte, si potrà procedere a trattativa diretta.
 - Per valori superiori ad € 35.000,01 IVA esclusa, l'Amministrazione procederà mediante procedure selettive aperte. In mancanza di presentazione di offerte valide, potrà procedere a trattativa diretta.
6. Il contratto viene stipulato per iscritto e formalizzato come segue:
 - a. Per importi sino ad € 15.000,00 mediante scrittura privata;
 - b. Per importi superiori in forma pubblica amministrativa;
7. Sono ammesse le sponsorizzazioni plurime, fatto salvo i casi in cui si è stabilito diversamente.
8. Quando le sponsorizzazioni riguardano la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori ed il collaudo, la scelta del contraente prescinde dalla normativa sugli appalti pubblici e può essere svincolata dai limiti di importi di cui al punto 5. del presente articolo, potendosi procedere a trattativa diretta sino ad € 120.000,00. E' necessario che lo sponsor, o colui che eseguirà i lavori per lo sponsor, sia in possesso dei requisiti di qualificazione richiesti dalle normative sui lavori pubblici ai sensi del DPR 34/2000.
9. E' sempre possibile inserire la clausola della sponsorizzazione nei bandi e/o contratti di appalti afferenti all'approvvigionamento di beni-servizi e lavori.
10. Quando un soggetto sponsor avanza proposta in merito, l'Amministrazione appurato gli elementi e principi fondamentali necessari a tal fine, adotta la procedura prevista avuto riguardo ai limiti di importo stabiliti al punto 5. del presente articolo.

L'Amministrazione procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, alla individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del prezzo. Lo sponsor proponente avrà la facoltà di adeguare, eventualmente, la propria proposta a quella individuata dall'Amministrazione più idonea. In questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario. Il promotore risulterà aggiudicatario anche in assenza di presentazione di altre offerte.

Art. 5
CRITERI GENERICI PER L'ATTIVITÀ' DI SPONSORIZZAZIONE

1. L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune potrà essere realizzata nei seguenti modi:
 - nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, bacheche avvisi, notiziario d'informazione Comunale, tabelloni luminosi, ecc.), sia nel sito WEB del Comune, nella pagina dedicata all'informazione sulle manifestazioni e sulle attività organizzate dal Comune a beneficio della cittadinanza;
 - nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il Comune realizzerà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, ad esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni.
2. Detti cartelli e/o targhe dovranno essere realizzati nelle dimensioni, forme e colori secondo i modelli autorizzati dall'Amministrazione comunale.
Allo sponsor compete altresì il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità per insegne e/o cartelli.

Art. 6
PATROCINIO

1. E' la sponsorizzazione offerta o proposta da soggetti pubblici, fondazioni, associazioni senza scopo di lucro, ove il ritorno di immagine non sia la causa della sponsorizzazione e/o il medesimo non sia rilevante. In tal caso la formalizzazione del rapporto avverrà mediante trattativa diretta con il soggetto interessato e ciò qualunque sia il valore della prestazione offerta.

Art. 7
FORMALIZZAZIONE DEL RAPPORTO

1. Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'Amministrazione Comunale, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale devono essere in ogni caso indicati:
 - a. L'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - b. L' "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c. Le modalità di promozione;
 - d. La durata del contratto di sponsorizzazione;
 - e. Gli obblighi reciproci
 - f. Le sanzioni
 - g. Il corrispettivo della sponsorizzazione, le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali, di recesso.

Art. 8
CASI PARTICOLARI

1. E' possibile prescindere dai limiti di importo indicati nell'art. 4) del presente Regolamento e procedere a trattativa privata diretta, nei seguenti casi:
 - Quando i servizi, beni, lavori offerti siano oggetti di privativa
 - Nel caso di urgenza di reperimento di fondi per determinate iniziative
 - Nel caso in cui il soggetto rivesta un ruolo di notevole prestigio nel capo in cui si vuole adottare la sponsorizzazione
 - Nel caso in cui il soggetto sia no-profit

Art. 9
IL COMUNE SPONSOR

1. L'Amministrazione comunale, in relazione a particolari manifestazioni od iniziative inerenti la promozione e la valorizzazione di attività e beni di interesse pubblico, può assumere la veste di sponsor, elargendo sovvenzioni, contributi, sussidi ed ausili finanziari.

Art. 10
ASPETTI FISCALI

1. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'IVA secondo le previsioni dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633. Il valore della fatturazione corrisponde all'importo della somma direttamente erogata ovvero al valore dei beni e/o servizi forniti.

TITOLO IV
NORME TRANSITORIE

Art. 11
DISPOSIZIONI FINALI

1. Il presente Regolamento entra in vigore a far data dall'intervenuta esecutività della delibera di approvazione ed adozione del medesimo.
2. Una copia del presente Regolamento verrà depositata c/o la Segreteria Generale dell'Ente a disposizione del pubblico perché ne possa prendere visione in qualsiasi momento.
3. Il presente Regolamento verrà pubblicato all'Albo Pretorio dell'Ente per un periodo non inferiore a 30 giorni e ne sarà data notizia sul sito internet dell'Ente.
4. Per quanto non espressamente disciplinato nel presente Regolamento, valgono le disposizioni contenute nella L. 449/97 – 223/90 – 267/00- 241/90- 554/99- 34/2000 e s.m.i., e quelle inserite in disposizioni di Legge e Regolamentari vigenti di tempo in tempo.
5. In caso di contrasto di norme, prevalgono quelle delle Leggi e dei Regolamenti emanati successivamente, intendendosi che le disposizioni del presente Regolamento in contrasto siano abrogate e/o raccordate implicitamente a quelle successive nei limiti della loro validità temporale ed in riferimento alle norme transitorie contenute nelle disposizioni successive.