

**COMUNE DI MONTALCINO**

# **REGOLAMENTO**

**PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE  
SPONSORIZZAZIONI**

**Approvato con Deliberazione del C.C. n. 51 del 16/10/2015**

## Indice

- Art. 1 - Oggetto e finalità
- Art. 2 - Definizioni
- Art. 3 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni
- Art. 4 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive
- Art. 5 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni
- Art. 6 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione
- Art. 7 - Esclusiva generale e commerciale
- Art. 8 - Scelta dello sponsor
- Art. 9 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor
- Art. 10 - Affidamento diretto
- Art. 11 – Qualificazione dello sponsor
- Art. 12 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione
- Art. 13 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto
- Art. 14 - Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale
- Art. 15 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor
- Art. 16 - Aspetti contabili e fiscali
- Art. 17 - Controlli
- Art. 18 - Rinvio
- Art. 19 - Entrata in vigore

## Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni dell'art. 43 della Legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, dell'art. 26 e 199-bis del D.Lgs. 163/2006, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990 e successive norme intervenute.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire l'integrazione tra il Pubblico ed il Privato nella valorizzazione del territorio, elemento centrale di sviluppo dell'economia comunale, e nel generare servizi, oltre a garantire il miglioramento organizzativo nonché l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

## Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per **“contratto di sponsorizzazione”**: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi, ad effettuare una prestazione e/o ad compiere lavori a favore dell'altra parte (*sponsee*) la quale le garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi o con strumenti di vario tipo anche di apparentamento col bene e/o servizio oggetto di sponsor, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto. L'obbligazione dello *sponsee* costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
  - b) per **“sponsorizzatore” o “sponsor”**: il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, o per sostenere l'attività pubblica o la valorizzazione di beni culturali ed artistici senza scopo diretto ed ulteriore, stipula il contratto di sponsorizzazione;
  - c) per **“sponsorizzato” o “sponsee”**: il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello *sponsor* nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti anche di natura infrastrutturale e/o di recupero;
  - d) per **“spazio pubblicitario”**: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello *sponsor*.
2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di mera liberalità, di somme di denaro o di altre utilità effettuata in occasione di iniziative e/o realizzazione di opere del Comune stesso e ciò vale, ai fini della qualificazione regolamentare, anche per l'ipotesi in cui a fronte della dazione non vi sia nessuna controprestazione stabile, in termine di concessione di utilità anche indirette nei confronti del benefattore, così come evidenziate al precedente punto c), da parte dell'Ente ricevente.

## Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali *sponsor* sono individuate dalla Giunta Comunale nel corso dell'anno e dalla stessa programmate secondo le istanze, iniziative ed opportunità che si possano manifestare; la Giunta può altresì formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.
2. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio comunale.

## Art. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
  - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello *sponsor*;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
  - c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
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, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
  - a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 38 del D.Lgs. 163/2006;
  - b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;

#### **Art. 5 - 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*.
  - c) somme di denaro e contestuale forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello *sponsor*

#### **Art. 6 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione**

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito dalla sola somma di denaro, il pagamento, di norma, avviene almeno nella misura del 10 % al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro il termine di 60 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata, ovvero nel termine ritenuto congruo dalla Giunta e/o dal responsabile del servizio in sede di pubblico avviso.

#### **Art. 7 - Esclusiva generale e commerciale**

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva singola e/o plurima di partecipanti ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
  - a) esclusiva singola di progetto: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di *sponsor* unico del Comune per un progetto e/o prestazione specifica e per un determinato periodo;
  - b) esclusiva plurima di progetto: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi *sponsor*, ciascuno individuato come controparte per una parte di un più complesso progetto e/o prestazione specifica e per un determinato periodo;
2. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

#### **Art. 8 – Scelta dello *sponsor*, avviso ed assegnazione**

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto delle vigenti disposizioni di Legge e dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
2. La scelta dello *sponsor* è effettuata mediante procedura concorrenziale aperta, con pubblicazione di apposito

avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 9.

3. Fermi gli ulteriori obblighi stabiliti dalla legislazione vigente, l'avviso è pubblicato sul sito internet istituzionale del Comune, nell'albo pretorio *on-line* e nella sezione "Amministrazione Trasparente", all'interno della sotto-sezione "Bandi di gara e contratti", per il tempo e con le altre eventuali modalità ritenute di volta in volta più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.
4. L'avviso deve indicare almeno:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione;
  - b) i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
  - c) le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni;
  - d) l'eventuale clausola di esclusiva;
  - e) i criteri di valutazione delle offerte;
  - f) l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
  - g) l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 9;
  - h) l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Alle operazioni di valutazione provvede una commissione appositamente costituita, nominata – successivamente al termine per la presentazione delle offerte - con apposito atto dal Responsabile del servizio competente per materia e composta di norma da tre membri, nella quale le funzioni di presidente sono svolte dallo stesso Responsabile del servizio.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:
  - a) le dichiarazioni richieste dall'avviso;
  - b) l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
  - c) 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.

#### **Art. 9 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali *sponsor***

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale *sponsor*, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il responsabile del servizio dell'ufficio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predisporre apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 8, 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. 10 - Affidamento diretto**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:
  - a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8;
  - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
  - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 5.000,00 (IVA esclusa).
  - d) In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del responsabile del servizio procedente.

### **Art. 11 – Qualificazione dello *sponsor***

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello *sponsor*, lo stesso, oltre a quanto previsto all'art. 4 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
2. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

### **Art. 12 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione**

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno definiti:
  - a. l'oggetto del contratto;
  - b. gli obblighi delle parti;
  - c. il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
  - d. la durata del contratto;
  - e. l'eventuale clausola di esclusiva;
  - f. i controlli sull'attività dello *sponsor* se trattasi di esecuzione e/o prestazione diretta;
  - g. la facoltà di recesso da parte del Comune;
  - h. la risoluzione del contratto per inadempimento;
  - i. la competenza del Foro di Siena in caso di controversie;
  - j. la disciplina delle spese contrattuali.
2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo *sponsor*; deve essere inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo *sponsor* rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

### **Art. 13 – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto**

1. Il Comune può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, apposite clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione, quali prestazioni accessorie al contratto principale.
2. In tal caso la valutazione della proposta di sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale, rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

### **Art. 14 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004 e s.m.i., si applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto, nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello *sponsor*.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo *sponsor*, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di *sponsor* del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
4. L'ufficio competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.

### **Art. 15 - Affidamento del servizio di ricerca dello *sponsor***

1. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli *sponsor* a soggetti da individuare tramite le procedure per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs. 163/2006 e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

### **Art. 16 – Aspetti contabili e fiscali**

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione possono anche essere inseriti nel Bilancio di previsione e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. 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.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
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. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo *sponsor* (operazioni permutative), per le operazioni di fatturazione da parte del Comune e dello *sponsor* medesimo trovano applicazione le vigenti disposizioni di legge.

### **Art. 17 – Controlli**

1. L'ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.
2. I contratti di sponsorizzazione sono inoltre soggetti a controlli da parte dell'ufficio individuato come competente, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

### **Art. 18 – Rinvio**

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.

### **Art. 19 – Entrata in vigore**

1. Il presente regolamento entra in vigore contestualmente all'esecutività della deliberazione di approvazione da parte del Consiglio Comunale del Comune di Montalcino.
2. Le disposizioni regolamentari preesistenti in contrasto con quelle recate dal presente regolamento, debbono intendersi a tutti gli effetti automaticamente abrogate con l'entrata in vigore del medesimo.