



CITTÀ DI MONCALIERI
Area Direzione Generale

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

Art. 1

Oggetto

1. Il presente regolamento disciplina le sponsorizzazioni promosse dal Comune di Moncalieri (di seguito solo “Comune”) negli ambiti di cui al successivo comma 2 e per il perseguimento di finalità di pubblico interesse.
2. Gli ambiti rispetto ai quali si possono attivare iniziative di sponsorizzazione possono riguardare:
 - a) attività culturali, sociali e ricreative variamente denominate;
 - b) attività sportive;
 - c) attività di promozione turistica;
 - d) attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
 - e) attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
 - f) attività concernenti la viabilità urbana, il verde pubblico o l’arredo urbano;
 - g) attività inerenti i lavori pubblici o la protezione civile;
 - h) forniture di beni o prestazioni di servizi per il funzionamento degli uffici;
 - i) attività di manutenzione degli impianti o dei beni di proprietà comunale;
 - j) attivazione e gestione dei mezzi e degli strumenti di comunicazione di carattere istituzionale;
 - k) ogni altra attività di rilevante interesse pubblico non riconducibile nelle fattispecie di cui alle lettere precedenti.
3. Le attività di sponsorizzazione e le finalità di pubblico interesse devono essere concretizzate nell’osservanza dei criteri di efficienza, efficacia, economicità e trasparenza regolanti l’operato della Pubblica Amministrazione.

Art. 2

Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune (sponsorizzato) offre, nell'ambito delle proprie iniziative indicate nel

precedente art.1, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire a titolo gratuito una determinata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e la propria "immagine", in appositi e predefiniti spazi pubblicitari secondo le modalità e i tempi pattuiti;

- b) per "sponsorizzazione": ogni corrispettivo in denaro ovvero ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e la propria "immagine";
- c) per "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune. In particolare, possono assumere la veste di sponsor:
 - c1) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
 - c2) qualsiasi persona giuridica, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali e le altre figure giuridiche previste dal codice civile e dalla normativa speciale di settore;
 - c3) le associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune.
- d) per "sponsorizzato": il soggetto (il Comune), che assume dietro corrispettivo, l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello sponsor;
- e) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3

Contenuti delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione sono conclusi per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova

realizzazione inseriti, oppure da inserire, nei programmi di spesa del Comune per i quali è previsto o è prevedibile il finanziamento a carico del bilancio comunale.

Art. 4

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati annualmente dalla Giunta Comunale ai dirigenti.
2. Nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare, previa variazione del PEG, degli indirizzi specifici al dirigente interessato per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in conformità alle previsioni del presente regolamento.

Art.5

Individuazione dello sponsor

1. La scelta dello sponsor avviene con procedura ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di un apposito avviso contenente i criteri per l'individuazione dello sponsor stesso.
2. L'avviso di sponsorizzazione di cui al comma 1 deve recare, in particolare:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi per lo sponsor, anche sulla base, eventualmente, di un progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della sponsorizzazione;
 - c) le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta.
3. All'avviso di sponsorizzazione viene data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria, nonché con altre forme ritenute di volta in volta più opportune per una maggiore conoscenza e partecipazione, anche mediante i mezzi di informazione nazionale e locale.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, deve indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso e nell'eventuale progetto di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte dal legale rappresentante, attestanti:
- a) l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la Pubblica Amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo nel caso di imprese);
 - d) l'inesistenza delle cause di esclusione di cui all'art.6 del presente regolamento;
 - e) la sussistenza dei requisiti soggettivi di ordine generale prescritti dalla vigente normativa per la partecipazione alle procedure di affidamento degli appalti pubblici.
 - f) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni;
 - g) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - h) il possesso di tutte le qualificazioni necessarie per svolgere le attività oggetto della sponsorizzazione, con particolare riferimento all'art.26, comma 1 del D.lgs.n.163/2006.
6. L'offerta di sponsorizzazione viene valutata, previa istruttoria, dal dirigente competente in base ai criteri indicati nell'avviso di sponsorizzazione (ovvero nella lettera d'invito nel caso di confronto concorrenziale di cui al successivo comma 9).
7. Qualora siano presentate più offerte, il dirigente competente, esaurita la fase valutativa, approva una graduatoria che viene formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in relazione ai criteri qualitativi ed economici indicati nell'avviso (o nella lettera d'invito nel caso di confronto concorrenziale di cui al successivo comma 9) quali, a titolo esemplificativo:

- a) il valore economico;
 - b) la convenienza del Comune in relazione alle innovazioni organizzative e all'incremento della qualità dei servizi istituzionali erogati in conseguenza dell'iniziativa sponsorizzata;
 - c) gli eventuali servizi aggiuntivi compresi nell'offerta.
8. E' ammessa, in deroga al comma 1, la procedura negoziata diretta o previo confronto concorrenziale, nelle ipotesi in cui il valore economico della sponsorizzazione sia inferiore a Euro 10.000,00 al netto dell'IVA di legge.

Art.6

Esclusioni

1. Il Comune si riserva l'insindacabile facoltà di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
- a) possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) possa configurarsi un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
 - c) abbia un contenuto di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - d) costituisca pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, dei prodotti alcolici, di materiale pornografico o a sfondo sessuale e di armi;
 - e) contenga messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
 - f) sia reputata in linea generale inopportuna o inaccettabile.
2. Ai fini di cui al comma 1, il Comune effettua le proprie valutazioni anche sulla base di elementi derivanti da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali.

Art.7

Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione delle sponsorizzazioni viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) l'oggetto e la finalità della sponsorizzazione;
 - b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - c) le modalità della promozione e di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
 - d) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - e) gli obblighi a carico dello sponsor;
 - f) le clausole di tutela e di procedura, nonché le sanzioni, rispetto alle eventuali inadempienze;
 - g) l'eventuale corrispettivo della sponsorizzazione, specificando la misura da versare al momento della sottoscrizione del contratto e quella da versare a conclusione dell'iniziativa;
 - h) le garanzie richieste e le responsabilità;
 - i) le clausole in materia di controversie e di disciplina del recesso, con la specificazione che per ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto la competenza deve essere del Foro di Torino.

Art.8

Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme acquisite a seguito delle sponsorizzazioni possono consistere:
 - a) in un corrispettivo direttamente versato dallo sponsor al Comune;
 - b) in un risparmio di spesa derivante dalla mancata utilizzazione delle somme previste nei capitoli di bilancio e destinate al finanziamento della iniziativa oggetto della sponsorizzazione.
2. Le somme di cui al comma 1, in conformità alle indicazioni deliberate annualmente dalla Giunta Comunale, possono essere:
 - a) utilizzate per il finanziamento di altre iniziative istituzionali;
 - b) finalizzate a costituire economia di bilancio;

- c) utilizzate ad implementare il fondo destinato al trattamento economico accessorio del personale non dirigente in sintonia con le previsioni del CCNL di categoria.

Art.9

Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per le sponsorizzazioni corrisponde all'importo della somma direttamente erogata dallo sponsor, al valore dei beni o dei servizi forniti dallo sponsor stesso ovvero alla somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa.
2. Le sponsorizzazioni oggetto del presente regolamento si configurano come operazioni permutative e, quindi, trova applicazione l'attuale disciplina normativa sull'IVA.

Art.10

Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune 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 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 Comune, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sotto il profilo dei contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor e, in tali casi, la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione

Art.12

Norma di rinvio

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di cui ai vigenti regolamenti in materia di disciplina dell'imposta comunale sulla pubblicità – diritti pubbliche affissioni e in materia di occupazione suolo pubblico.

APPROVAZIONE

- Regolamento approvato con Delib. C.C. n. **125** del 30.11.2007
- Entrato in vigore il 17.02.2008 dopo pubblicazione all'Albo Pretorio per 15 gg.