



*Città di Bacoli*  
(Prov. di Napoli)

**REGOLAMENTO  
PER LA DISCIPLINA  
DELLA SPONSORIZZAZIONE  
DI INIZIATIVE COMUNALI  
DA PARTE DI TERZI**

**(Approvato con delibera del Commissario Prefettizio n.105 del 13.4.2005)**

# INDICE

## **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLA SPONSORIZZAZIONE DI INIZIATIVE COMUNALI DA PARTE DI TERZI ..... 2**

<i>Art. 1</i> .....	2
<i>Oggetto e Finalità</i> .....	2
<i>Art. 2</i> .....	2
<i>Definizioni</i> .....	2
<i>Art. 3</i> .....	3
<i>Finalità</i> .....	3
<i>Art. 4</i> .....	3
<i>Ambito delle sponsorizzazioni</i> .....	3
<i>Art. 5</i> .....	3
<i>Scelta dello sponsor</i> .....	3
<i>Art. 6</i> .....	5
<i>Individuazione iniziative sponsorizzazioni</i> .....	5
<i>Art. 7</i> .....	5
<i>Contratto di sponsorizzazione</i> .....	5
<i>Art. 8</i> .....	5
<i>Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni</i> .....	5
<i>Art. 9</i> .....	6
<i>Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni</i> .....	6
<i>Art. 10</i> .....	6
<i>Gestione delle sponsorizzazioni</i> .....	6
<i>Art. 11</i> .....	6
<i>Tattamento dei dati personali</i> .....	6
<i>Art. 12</i> .....	7
<i>Aspetti fiscali</i> .....	7
<i>Art. 13</i> .....	7
<i>Verifiche e controlli</i> .....	7
<i>Art. 14</i> .....	7
<i>Norme finali</i> .....	7

# COMUNE DI BACOLI

## REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLA SPONSORIZZAZIONE DI INIZIATIVE COMUNALI DA PARTE DI TERZI

### Art. 1 Oggetto e Finalità

Il Presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, a favore di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune o, comunque, in relazione ai diversi servizi di competenza del Comune stesso.

Il presente regolamento, con riferimento alle disposizioni contenute nell'art.43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15 comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.04.1999, come sostituito dall'art.4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 (e dell'art.26, comma 1, lett. b ) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza), si prefigge lo scopo di disciplinare l'acquisizione di sponsorizzazioni, nel rispetto dei criteri di efficacia , efficienza ed economicità nonché dei principi di trasparenza ed imparzialità.

Le iniziative di sponsorizzazione devono favorire l'innovazione dell'organizzazione e realizzare maggiori economie, nonché una maggiore qualità dei servizi istituzionali.

### Art. 2 Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune, nell'ambito delle proprie iniziative, offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti;
- b)per "sponsorizzazione": il corrispettivo in denaro, beni, servizi o altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività prodotti, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi, un beneficio d'immagine;
- c) per "sponsor": ai sensi dell'art. 119 del D. Lgs 267/2000, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che stipula un contratto di sponsorizzazione con il Comune; d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni, messi a disposizione del Comune per la pubblicità dello sponsor.

### Art. 3 Finalità

Il Comune di Bacoli può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati, con associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile e con organismi pubblici per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamenti a carico del bilancio dell'Ente.

Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa in relazione alla totale o parziale acquisizione senza oneri per l'Ente del previsto risultato da parte dello sponsor.

I requisiti di ammissibilità alla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione sono definiti nel successivo articolo 5 di questo regolamento.

### Art. 4 Ambito delle sponsorizzazioni

Il ricorso alla sponsorizzazione può interessare tutte le iniziative, i progetti o le attività del Comune; le iniziative e gli eventi oggetto di sponsorizzazione devono escludere forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e quella privata.

Presupposto del ricorso al finanziamento a mezzo di sponsorizzazioni è l'approvazione, da parte della Giunta Comunale, del progetto di fattibilità dell'iniziativa o dell'evento, predisposto dal Responsabile del competente Servizio.

In tale progetto deve essere, tra l'altro, indicato l'importo base da reperirsi tramite sponsorizzazioni.

### Art. 5 Scelta dello sponsor

1) La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica o trattativa privata secondo la disciplina contenuta nel presente regolamento preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

2) All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria ed in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3) In ogni caso la pubblicità dell'avviso è disciplinata dal D.lgs. 157/95 e successive modifiche ed integrazioni;

4) L'avviso deve contenere, i seguenti dati:

- a) la finalizzazione della sponsorizzazione ( es. miglioramento servizi, innovazione organizzativa, ecc);
- b) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato ( o progetto di sponsorizzazione);

c) i vantaggi per lo sponsor ( platea potenziale, bacino di diffusione del messaggio pubblicitario, ecc.);  
d) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario; cioè gli impegni dell'Amm.ne per la veicolazione del marchio, nome, logo dello sponsor;  
e) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;  
f) il contratto di sponsorizzazione si intende altresì risolto qualora cause eccezionali non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa: in tal caso le parti convengono di definire consensualmente i reciproci rapporti senza alcun onere a carico del Comune.

4) L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.

5) L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.1.1981, n. 689, e di ogni situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;

- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia.
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari ( solo se imprese )
- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

6) L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

7) Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal dirigente preposto all'ufficio interessato, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

8) Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente dell'ufficio interessato; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Il Comune non è in ogni caso vincolato ad ammettere una qualsiasi offerta di sponsorizzazione proveniente da un qualsivoglia soggetto, intendendo riservarsi sempre la verifica delle finalità sottese oppure espresse dello sponsor nonché il contenuto del messaggio pubblicitario proposto; detta verifica viene effettuata dal Responsabile del settore interessato all'iniziativa che ha il compito di verificare l'esistenza di casi di incompatibilità con la veste istituzionale e con l'indirizzo politico dell'Ente.

Il predetto Responsabile di Settore è tenuto a confrontarsi sulla materia con l'organo politico.

L'aggiudicazione del contratto di sponsorizzazione è effettuata dal responsabile del servizio competente con propria determinazione. Nel caso di più iniziative per le quali si ritenga di ricorrere alla sponsorizzazione, potrà essere previsto che non possa essere affidato al medesimo sponsor più di uno o due contratti.

**Art. 6**  
**Individuazione iniziative sponsorizzazioni**

- 1) Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
- 2) Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

**Art. 7**  
**Contratto di sponsorizzazione**

La gestione delle sponsorizzazioni nell'ambito di ogni singolo progetto è esclusivamente regolata da apposito contratto nel quale vengono, in particolare, stabiliti:

- Il diritto, per il soggetto privato o pubblico, alla sponsorizzazione "esclusiva" o "non esclusiva" dell'iniziativa;
- le forme specifiche di promozione e comunicazione;
- gli obblighi a carico dello sponsor;
- la durata del contratto;
- Il corrispettivo per la sponsorizzazione;
- ogni altro elemento utile a discrezione del responsabile del servizio competente;
- le clausole di tutela rispetto ad eventuali inadempienze.

Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato in un'unica soluzione prima dell'attuazione dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione. Il mancato o il parziale pagamento del corrispettivo è causa di risoluzione, *ipso iure*, del contratto, fatto salvo ogni diritto del Comune ad agire in giudizio per ottenere il risarcimento dei danni subiti.

Il contratto di sponsorizzazione si intende altresì risolto qualora cause eccezionali non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa; in tal caso le parti convengono di definire consensualmente i reciproci rapporti senza alcun onere a carico del Comune.

**Art. 8**  
**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, sono considerate risparmi di spesa.
- 2) I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità, previa variazione di bilancio o di PEG.
  - a) nella misura del 20% e sino alla concorrenza di € 20.000,00 sono destinati alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane.
  - b) la misura residua costituisce economia di bilancio.

**Art. 9**  
**Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni.**

- 1) L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale;
- 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. 10**  
**Gestione delle sponsorizzazioni**

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal responsabile del servizio competente nel rispetto delle disposizioni di cui al presente regolamento.

E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione, nel rispetto dei principi di imparzialità e trasparenza, l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario; in tale caso tutte le manifestazioni, iniziative, interventi, attività oggetto di sponsorizzazioni, devono essere compiutamente programmate nell'ambito del PEG. Il Comune in ogni caso provvederà, tenuto conto di quanto stabilito al precedente articolo 5, alla formale aggiudicazione del contratto di sponsorizzazione mediante provvedimento del responsabile del servizio competente.

**Art. 11**  
**Trattamento dei dati personali**

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento, saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, nel rigoroso rispetto del Dec. Leg.vo 196/2003.

**Art. 12**  
**Aspetti fiscali**

1) Atteso che l'iniziativa sponsorizzata è collegata ad un preciso stanziamento di bilancio disposto secondo gli ordinari programmi di spesa e che la sponsorizzazione determina un risparmio rispetto allo stanziamento disposto, la fatturazione deve coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla parziale o totale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

2) Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia determinato in rapporto a prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, l'obbligo di fatturazione grava su entrambi i soggetti coinvolti nel rapporto di sponsorship. In tal caso lo sponsor deve rilasciare all'amministrazione una fattura soggetta ad IVA, con importo pari al valore del bene o servizio erogato, mentre l'amministrazione deve emettere in favore dello sponsor una fattura di pari importo ( anch'essa soggetta ad IVA) in relazione alla tipologia ed al valore del messaggio pubblicitario concesso.

**Art. 13**  
**Verifiche e controlli**

1) Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2) Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor, la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

**Art. 14**  
**Norme finali**

Ogni controversia relativa all'interpretazione e/o esecuzione del contratto di sponsorizzazione sarà devoluta al competente Foro di Napoli.

