



REGOLAMENTO COMUNALE

PER LA DISCIPLINA

E LA GESTIONE

DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione C.C. n. 8 del 15/01/2009

Sommario

Art. 1	Oggetto e finalità	Pag. 3
Art. 2	Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari	Pag. 3
Art. 3	Definizioni	Pag. 3
Art. 4	Altra forme della sponsorizzazione: gli accordi di collaborazione	Pag. 4
Art. 5	Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	Pag. 5
Art. 6	Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	Pag. 6
Art. 7	Contratto di sponsorizzazione	Pag. 7
Art. 8	Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	Pag. 7
Art. 9	Diritto al rifiuto delle sponsorizzazioni	Pag. 8
Art. 10	Trattamento dei dati personali	Pag. 8
Art. 11	Aspetti fiscali	Pag. 9
Art. 12	Verifiche e controlli	Pag. 9
Art. 13	Disposizioni finali	Pag. 9

ARTICOLO 1 **OGGETTO E FINALITÀ**

1. Il presente Regolamento comunale disciplina la possibilità di sponsorizzazione e, piú in generale, la conclusione di speciali accordi di collaborazione, afferenti allo svolgimento di attività e di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Pogliano Milanese.
2. Il presente Regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Pogliano Milanese.

ARTICOLO 2 **CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti privati, singoli cittadini e/o figure giuridiche riconosciute dalla legge, sia con associazioni senza fini di lucro, per realizzare ovvero beneficiare a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari o straordinari, con finanziamento a carico del Bilancio del Comune.
2. 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 di Pogliano Milanese, le modalità con cui questo ente si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promovendone l'immagine.
3. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale, parziale, o programmatica, rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dello sponsor e/o dello sponsee, senza oneri per il Comune, ovvero con oneri ridotti.

ARTICOLO 3 **DEFINIZIONI**

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:
 - a. per *contratto di sponsorizzazione*, un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e la propria immagine, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, secondo le modalità ed i tempi pattuiti;

- b. per *sponsorizzazione*, ogni contributo in beni, servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- c. per *sponsor*, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d. per *sponsee*, il soggetto che assume dietro corrispettivo l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello sponsor, nel caso il Comune di Pogliano Milanese;
- e. per *spazio pubblicitario*, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor;
- f. per *veicolo pubblicitario*, l'opera o la prestazione attraverso l'esecuzione della quale lo sponsor produce il beneficio conseguente alla sponsorizzazione; esso non necessariamente include la individuazione di uno "spazio pubblicitario".

ARTICOLO 4
ALTRA FORMA DELLA SPONSORIZZAZIONE:
GLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1. Gli accordi di collaborazione potranno determinare, indipendentemente dall'importo della sponsorizzazione o collaborazione, a fronte degli investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune di Pogliano Milanese, oltre che il ritorno pubblicitario rimarcato all'art. 3 che precede, anche la possibilità economica per lo sponsor di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune, da concretizzarsi nella fornitura di servizi e di beni caratterizzati dalla componente programmatica preminente del bene o del servizio fornito *ab origine* dal Comune. È l'esempio della gestione di strutture pubbliche quali attrezzature sportive, spazi espositivi, parcheggi, ecc., per l'utilizzo dei quali è comunemente previsto il pagamento di una tariffa (abbonamento, ticket, ecc.) a fronte di una retrocessione monetaria o altro beneficio da parte del Comune di Pogliano Milanese.
2. Gli accordi di collaborazione, stante la loro natura di più spiccata valenza economica e di interesse imprenditoriale dell'altro contraente, sono sottoposti al rispetto delle regole dell'evidenza pubblica e previo regime di raffronto fra più possibili concorrenti.
3. A tal fine la collaborazione è sottoposta, in relazione alla diversa natura delle prestazioni, alla preventiva approvazione della procedura di gara, secondo i criteri convenzionali da sottoporsi ad una successiva operazione di sponsorizzazione.
4. Qualora uno o più soggetti risultassero interessati, a seguito dell'apposito avviso, alla realizzazione dell'iniziativa, il Comune provvede ad espletare apposita gara, da realizzarsi nelle forme previste dalla vigente normativa in materia di appalti pubblici.

ARTICOLO 5
PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE
E SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica 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 e, qualora l'importanza dell'iniziativa lo rendesse opportuno, attraverso forme di diffusione sugli strumenti di informazione locale e nazionale.
3. L'avviso deve contenere i seguenti dati:
 - a) l'iniziativa compresa nell'elenco delle iniziative annuali specifiche definite con apposito provvedimento, ovvero complementare al normale corso delle iniziative o interventi posti in essere in base agli stanziamenti disposti nel Bilancio e/o nel PEG, in occasione della quale è riservato il veicolo pubblicitario;
 - b) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione e del relativo capitolato;
 - c) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - d) la durata della sponsorizzazione;
 - e) le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
 - f) i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'iniziativa, ecc. che si intende sponsorizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - c) l'accettazione di tutte le condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione e del relativo capitolato;
 - d) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la Pubblica Amministrazione, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
 - 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;

- c) per gli enti pubblici:
- il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Servizio competente per materia, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione e nel relativo capitolato.
 7. Ove pervengano più offerte è approvata dal Responsabile di servizio competente apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
 8. La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor.
 9. Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria. In caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.
 10. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del servizio competente per materia. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto di sponsorizzazione e nel capitolato.

ARTICOLO 6 **INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile di servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare al Responsabile di servizio indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione, anche sulla base di specifici progetti predisposti dal Responsabile di servizio stesso.
2. Il Comune di Pogliano Milanese può autorizzare forme di sponsorizzazioni per finanziare progetti ed iniziative inerenti le seguenti attività:
 - a) eventi sportivi, eventi a rilevanza artistica, culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente;
 - b) valorizzazione del patrimonio comunale;
 - c) attività di restauro conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
 - d) miglioramento dell'assetto urbano;
 - e) servizio di verde pubblico e di arredo urbano;
 - f) Protezione Civile e Lavori Pubblici.
3. Per gli accordi di collaborazione sono attività privilegiate:
 - a) la concessione di edifici in degrado, ovvero in disuso, a soggetti privati, i quali, fatta salva la destinazione d'uso li recuperino o restaurino e li utilizzino anche per proprie sedi, per lo stretto tempo necessario ad ammortare, attraverso i costi di locazione, le spese sostenute; i canoni

dovranno essere adeguatamente ponderati dall'UTC in relazione ai criteri convenzionali di calcolo mediato dalle realtà di mercato e dallo stato degli edifici, fino al termine massimo di 30 anni. È ammessa la libera contrattazione dei canoni dovuti entro i margini del 25%, in aumento o in detrazione, in relazione alle finalità statutarie e sociali dello sponsor;

- b) gli impianti sportivi di proprietà comunale;
- c) il restauro, il recupero, l'adeguamento funzionale, la messa a norma e la gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune di Pogliano Milanese.

ARTICOLO 7 **CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1. I contratti di sponsorizzazione sono accordi atipici tra le parti, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, mediante i quali un soggetto si obbliga a favorire, nell'ambito di proprie iniziative destinate al pubblico, la diffusione del marchio o di altri elementi distintivi del soggetto sponsorizzante, il quale si obbliga, a sua volta, a pagare un determinato corrispettivo, in denaro o altre utilità, nella propria previsione che il pubblico associ a dette iniziative la figura di esso sponsor e nella propria convinzione che da tale associazione esso sponsor possa conseguire un beneficio di immagine.
2. La gestione delle sponsorizzazioni all'interno di ogni singolo progetto, verrà regolata mediante apposito contratto, nel quale saranno stabiliti tutti gli elementi necessari, tra cui almeno:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione;
 - b) la completa descrizione delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
 - c) l'eventuale diritto di "esclusiva";
 - d) la durata del contratto e l'eventuale sua rinnovabilità;
 - e) il corrispettivo;
 - f) le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
 - g) le responsabilità e gli impegni reciproci;
 - h) le possibili cause di risoluzione del contratto;
 - i) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
 - l) l'onere delle spese di bollo e di registrazione.
3. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

ARTICOLO 8 **UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le somme previste nei capitoli di bilancio 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:
 - a) Nella misura del 65% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - b) Nella misura del 5% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.04.1999;
 - c) La restante quota del 30% costituisce economia di bilancio.

ARTICOLO 9

DIRITTO AL RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:
 - a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) sia in corso con l'offerente una controversia legale;
 - d) reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. 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 espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ARTICOLO 10

TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il Comune di Pogliano Milanese in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopra citata.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente Regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento.

ARTICOLO 11
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, ovvero dello spazio pubblicitario, è pari all'importo specificato al comma 1.

ARTICOLO 12
VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile 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.
3. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ARTICOLO 13
DISPOSIZIONI FINALI

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Pogliano Milanese secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. È 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.
3. Per quanto non previsto dal presente Regolamento, si fa riferimento alle norme vigenti in materia.
4. Il presente Regolamento entra in vigore dopo la ripubblicazione presso l'Albo Pretorio Comunale, ad avvenuta esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione.