



Comune di Mantova

**REGOLAMENTO
COMUNALE
PER LA DISCIPLINA DELLE
SPONSORIZZAZIONI**

Approvato dal Consiglio Comunale con deliberazione n. 41 del 26/05/2016

Art. 1 ó Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina i contratti e le attività di sponsorizzazione organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, nell'art. 19 e 151 del D.Lgs. 50/2016, di importo superiore a p 40.000,00
2. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo per ottenere:
 - a) miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, della qualità dei servizi erogati;
 - b) il supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture compresa la realizzazione diretta dei lavori necessari;
 - c) il sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative nonché per ottimizzare la spesa.
4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono, oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa sopra richiamata, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.
5. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell'Ente, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

Art. 2- Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) Per *contratto di sponsorizzazione*: un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l'Amministrazione Comunale (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro, di accollarsi il debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, o di fornire una prestazione diretta a favore dell'Amministrazione comunale;
 - b) Per *sponsorizzazione*: ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti/servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c) Per *soggetto promotore* è la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Mantova;
 - d) Per *sponsor*: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, singolarmente o associate tra di loro, che intenda/no stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Mantova;
 - e) Per *sponsee* si intende il Comune di Mantova;
 - f) Per *spazio pubblicitario*: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune di Mantova per le attività promozionali e pubblicitarie dello sponsor.
2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

Art. 3 ó Individuazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai dirigenti .
2. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici.
3. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati sia su iniziativa dell'Amministrazione che su iniziativa di soggetti terzi e il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni, i servizi e le iniziative a carico del bilancio comunale.

Art. 4- Corrispettivo della sponsorizzazione

1. I contratti di sponsorizzazione possono prevedere a titolo di corrispettivo dovuto dallo sponsor:
 - a) somme di denaro;
 - b) accollo di un debito;
 - c) altra modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi
 - d) servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor, in questo caso si assume quale controvalore monetario del contratto, il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo sponsor.Gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche in base alla normativa vigente.

Art. 65 Scelta dello sponsor

1. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, ai sensi art. 19 D.lgs 50/2016, avviene previa pubblicazione sul sito internet del Comune di Mantova, per trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.
2. L'avviso pubblico è approvato con determinazione dirigenziale e deve contenere l'elenco degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione intende pervenire alla stipula del contratto di sponsorizzazione, con l'indicazione, degli elementi essenziali per la formulazione delle proposte, tra i quali:
 - a) le principali caratteristiche dell'attività, progetto o iniziativa oggetto della sponsorizzazione;
 - b) l'individuazione dello spazio pubblicitario e la durata del periodo di suo utilizzo da parte dello sponsor;
 - c) l'eventuale diritto di esclusiva;
 - d) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - e) i criteri per la valutazione delle proposte.
3. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Dirigente dell'Ufficio competente, salvo la possibilità di avvalersi di apposita commissione presieduta dal Dirigente innanzi indicato.

Art.6 ó Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, da parte di uno sponsor, il Dirigente dell'ufficio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, accertato che la sponsorizzazione proposta sia riferita ad iniziative già inserite nella programmazione approvata dall'Amministrazione, predispone apposito

- avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 5. Diversamente la proposta dovrà essere preventivamente approvata dall'Amministrazione.
2. L'avviso finalizzato ad acquisire manifestazioni d'interesse in merito alla proposta spontanea di sponsorizzazione, dovrà prevedere, come importo minimo a base di selezione, quello offerto dal soggetto promotore, nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 3 del presente articolo.
 3. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro il termine stabilito nell'avviso, il diritto di adeguare, ove necessario, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. Nel caso in cui il promotore originario adegui la sua proposta a quella giudicata più conveniente, sarà dichiarato aggiudicatario.

Art. 7 ó Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni nei seguenti casi:
 - a) sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad p 40.000,00 (IVA esclusa);
 - b) qualora sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 5;
 - c) 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;
 - d) sponsorizzazioni prive di significativo ritorno di natura pubblicitaria, nelle quali prevalgono gli elementi di prestazioni unilaterali, con la prevalenza di profili di mero mecenatismo da parte dello sponsor;
 - e) sponsorizzazione aventi ad oggetto la vendita, da parte del Comune, a soggetti terzi, di appositi spazi, non in via esclusiva, per pubblicizzare, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili dello sponsor. In questo caso, sarà facoltà del Comune, pubblicare sul sito internet, un avviso pubblico, finalizzato ad ottenere manifestazioni di interesse per l'acquisto di appositi spazi pubblicitari, che possono identificarsi, a titolo meramente esplicativo ma non esaustivo, nei canali di comunicazione istituzionali (sito internet, conferenze stampa, video ufficiali), nel materiale promozionale o istituzionale ecci .
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità della sponsorizzazione da parte del dirigente procedente.

Art. 8 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito Contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) l'individuazione dell'oggetto del contratto;
 - b) il valore della sponsorizzazione;
 - c) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - d) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - e) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - f) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
 - g) recesso;
 - h) spese e disposizioni contrattuali finali.

Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

- 1 L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione o di recedere dal contratto sottoscritto qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;

- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) la reputi inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
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 armi, tabacco, prodotti super alcolici, gioco d'azzardo;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo e razzismo;
 - d) messaggi contrari al decoro e alla morale pubblica.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti non sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, da attestare mediante dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000

Art. 10 ó Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

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

Art. 11 ó Sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali

Alle sponsorizzazioni di lavori, servizi e forniture aventi per oggetto beni culturali, si applicano le disposizioni di cui all'art. 151 del D.Lgs. 50/2016 e, per quanto con esse compatibili, le norme del presente regolamento

Art.12 ó Servizio di ricerca dello sponsor

- 1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale 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 il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure sugli appalti di servizio previste dal d.lgs 50/2016 e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

Art. 13 - Aspetti fiscali e contabili

- 1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio 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 e in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
- 2. Le prestazioni rese ai sensi del presente regolamento generano emissione di fattura e le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
- 3. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizio da lavori da effettuare dallo sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto

ad IVA, e di fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

4. Le spese relative alla stipula del contratto ed alla sua eventuale registrazione, solo in caso d'uso, saranno interamente a carico dello sponsor.

Art. 14 ó Incentivazione della produttività

1. Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, una quota percentuale dei corrispettivi (IVA esclusa) effettivamente introitati nell'anno dal Comune per contratti di sponsorizzazione potrà essere destinata ad incrementare il fondo per il trattamento economico accessorio dei dipendenti ed il fondo per la retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza, secondo percentuali da concordare annualmente.

Art. 15 - 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 ai sensi degli artt.7, 8 e 9 del D.Lgs. 196/2003.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Mantova nella persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.

Art. 16 ó 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.

2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'attuazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

Art. 17 - Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore ad avvenuta esecutività della deliberazione di approvazione