

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE E  
DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

## Indice

- Art. 1 – Definizioni
- Art. 2 – Finalità
- Art. 3 – Contenuti delle sponsorizzazioni
- Art. 4 – Progetto di sponsorizzazione
- Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 6 – Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor
- Art. 7 – Procedura di scelta dello sponsor da parte dell'ente – sotto soglia comunitaria
- Art. 8 – Procedura di scelta dello sponsor da parte dell'ente – sopra soglia comunitaria
- Art. 9 – Offerta di mecenatismo
- Art. 10 – Contratto di sponsorizzazione
- Art. 11 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Art. 12 – Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni
- Art. 13 – Aspetti fiscali
- Art. 14 – Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 15 – Verifiche e controlli
- Art. 16 – Trattamento dei dati personali
- Art. 17 – Riserva organizzativa
- Art. 18 – Rinvio

## **Art. 1 - Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto mediante il quale una parte (*sponsor*) offre, nell’ambito delle proprie iniziative, una somma di denaro o beni e servizi a favore dell’amministrazione comunale di Calcinaia (*sponsee*), che si obbliga a diffondere il nome dello sponsor tramite prestazioni di veicolazione del marchio, del logo o di altri messaggi a favore dello *sponsor*.
  - b) Per “*sponsor*” il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, offre beni e servizi a favore del comune di Calcinaia;
  - c) Per “*sponsee*” il comune di Calcinaia, che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello *sponsor* in modi previsti da contratto;
  - d) 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 Calcinaia per le attività promozionali e pubblicitarie dello *sponsor*.

## **Art. 2 – Finalità**

1. Il presente regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge, disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell’amministrazione comunale alla sponsorizzazione, come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.
2. L’amministrazione ricorre alla sponsorizzazione per ottenere:
  - Miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, della qualità dei servizi erogati;
  - Il supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture;
  - Il sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative, nonché per ottimizzare la spesa.
3. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate, in particolare, al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché alla realizzazione di progetti e dall’erogazione di servizi a carattere innovativo-sperimentale.
4. 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. 3 – Contenuti delle sponsorizzazioni**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, costituite nelle forme di legge, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, prestazioni, servizi, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento 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 del previsto risultato da parte dello sponsor senza oneri per l’ente.

## **Art. 4 Progetto di sponsorizzazione**

1. Sulla base delle linee di indirizzo definite dal consiglio comunale, la giunta assegna ai responsabili dei servizi gli obiettivi finalizzati all’attuazione della procedura di sponsorizzazione. Il responsabile del servizio predispone apposito progetto di sponsorizzazione, finalizzato ad individuare le possibili iniziative da attivare, previa analisi di mercato.

2. Il ricorso alla sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente.
- 3 A mero titolo esemplificativo si riportano le principali iniziative:
  - a) Sponsorizzazioni sul sito internet dell'ente: trattasi della possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese private riservandosi la clausola di gradimento.
  - b) Sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali ed altro.
  - c) Utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dell'ente (es. bacheche, ascensori, sale riunioni ritenute idonee, palestre, piscine, impianti sportivi, androni);
  - d) Utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione dell'ente (es. buoni mensa, cedolini stipendi, bollette acqua e gas, parking voucher, carta intestata, buste, ecc).
  - e) Titolazione di spazi (es. sale riunioni, palestre, altro).
  - f) Abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento; di una piazza; di una via; di un ponte; di un'isola pedonale; di una fontana; di una pensilina e altro)
  - g) Cura di aree verdi affidate a ditte, secondo le modalità previste dallo specifico regolamento comunale (il marchio dell'impresa sarà esposto presso il giardino curato dall'ente a spese della ditta o direttamente dalla ditta stessa);
  - h) Servizio di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole e palestre, e simili).
  - i) Fornitura di beni (es. arredamenti, panchine, cestini gettacarta, fioriere, rastrelliere porta bicicletta, stampati ed altro);
  - j) Fornitura di *infopoint* e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'ente;
  - k) Fornitura di paline elettroniche per la registrazione dei tempi di attesa e delle linee in servizio dei mezzi pubblici;
  - l) Predisposizione di *gadget* (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento ente – azienda sponsorizzata;
  - m) Sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori, nel rispetto di quanto previsto dal D.Lgs. 163/2006.

#### **Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere preventivamente individuate nell'ambito degli obiettivi del piano esecutivo di gestione assegnati ai responsabili dei servizi. In alternativa, nel corso dell'anno, la giunta può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

#### **Art. 6 – Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor**

1. L'amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative dell'ente, manifestino spontaneamente la loro volontà.
2. Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

#### **Art. 7 – Procedura di scelta dello sponsor da parte dell'ente - sotto soglia comunitaria**

1. Ai contratti di sponsorizzazione e ai contratti agli stessi assimilati di importo inferiore alla soglia di rilevanza comunitaria si applicano le disposizioni del codice dei contratti riferite ai contratti esclusi in tutto o in parte dall'ambito di applicazione dello stesso, in quanto non derogate dalle norme del presente regolamento.
2. Per l'aggiudicazione si applicano le procedure semplificate previste dall'art. 125 del codice dei contratti e dal regolamento comunale per l'esecuzione dei lavori, forniture e servizi in economia.
3. Sono ammessi alle procedure di affidamento i soggetti in possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 38 del codice dei contratti, in quanto compatibili con l'oggetto del contratto.
4. Ai concorrenti possono essere richiesti i requisiti di idoneità professionale di cui all'art. 39 del codice dei contratti, nonché i requisiti di capacità economica e finanziaria e di capacità tecnica e professionale di cui agli artt. 41 e 42 del codice medesimo.
5. La procedura di scelta dello *sponsor* è indetta con determinazione a contrarre. La richiesta di invito deve contenere:
  - a) L'oggetto della sponsorizzazione e gli obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto o capitolato;
  - b) Le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico dell'ente per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor secondo principi di coerenza con le proprie capacità organizzative e di equilibrio rispetto ai valori della sponsorizzazione complessivamente intesi;
  - c) Le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
  - a. il bene, il servizio, l'immagine, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - b. l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso o nel progetto della sponsorizzazione.
7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni:
  - a. per le persone fisiche:
    - ❖ l'inesistenza delle condizioni a non contrattare con la pubblica amministrazione, di cui all'art. 38 del codice dei contratti 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;
    - ❖ l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
    - ❖ la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa, (l'appartenenza deve risultare da atti formali).
  - 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.
8. 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.
9. Le offerte di sponsorizzazione sono approvate con determinazione del responsabile del servizio competente.

### **Art. 8 – Procedura di scelta dello sponsor da parte dell’ente– sopra soglia comunitaria**

1. I contratti di sponsorizzazione ed i contratti agli stessi assimilati di importo pari o superiore alla soglia di rilevanza comunitaria sono soggetti alle disposizioni del codice dei contratti.
2. Il bando di gara deve contenere le clausole del contratto ritenute essenziali e riportare gli elementi e le informazioni di cui all’allegato IX-A del codice dei contratti e ogni altra informazione ritenuta utile dal Responsabile Unico del procedimento.
3. La procedura per la scelta dello sponsor è indetta con determinazione a contrarre nella quale è indicata la procedura di scelta .

### **Art. 9 –Offerta di mecenatismo**

1. Le sponsorizzazioni offerte da privati o da enti privi di finalità di lucro, prive di significativo ritorno di natura pubblicitaria, nelle quali prevalgono gli elementi del contratto a prestazione unilaterale, con la prevalenza di profili di mero mecenatismo da parte dello sponsor, sono affidate direttamente, purché il valore della prestazione resa sia inferiore e a € 50.000,00 IVA esclusa.

### **Art. 10 – Contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione tra le parti di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) Oggetto e finalità
  - b) Impegni dello *sponsor*
  - c) Impegni dello *sponsee* (ente)
  - d) Il diritto dello *sponsor* alla utilizzazione degli spazi e degli altri strumenti di veicolazione concessi dallo *sponsee*
  - e) Determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione
  - f) Nel caso di operazioni permutative, il controvalore monetario di tali operazioni
  - g) Eventuale clausola di esclusiva
  - h) La durata del contratto di sponsorizzazione
  - i) Le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
2. La sponsorizzazione può essere formulata dallo *sponsor* anche nel contesto di una gara di appalto per la fornitura di beni e servizi, anche se non esplicitamente prevista dal bando di gara, e a discrezione della stazione appaltante può essere accettata.

### **Art. 11 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. L’amministrazione si riserva, a suo insindacabile giudizio, il diritto di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
  - ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l’attività pubblica e quella privata;
  - ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - propaganda di natura politica, sindacale , filosofica o religiosa;
  - pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - messaggi contrari ai principi costituzionali, non rispettosi della dignità della persona, offensivi di valori condivisi o contenenti espressioni di fanatismo, razzismo, violenza, odio o minaccia.
3. Sono altresì esclusi i soggetti che nella propria attività non rispettino i seguenti principi:
  - rispetto del diritto alle pari opportunità e a trattamento non discriminatorio;
  - rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
  - rispetto dei diritti dei lavoratori;
  - rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie; degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali; della trasparenza e della correttezza nei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive;
  - rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
  - rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

#### **Art. 12 – Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni**

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito nella misura del 30% al momento della sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria comunale e, nella misura del restante 70% a conclusione dell'evento.
2. A garanzia di detto importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo sponsor deve costituire, se richiesta dall'amministrazione comunale, prima della sottoscrizione del contratto apposita garanzia a favore del comune di Calcinaia.
3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'amministrazione comunale sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

#### **Art. 13– Aspetti fiscali**

1. Le iniziative derivanti dal contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
2. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o di forniture di beni a carico dello sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor all'ente del valore del servizio o del bene, soggetta a IVA, e di fatturazione dell'ente allo sponsor di un pari importo, sempre soggetta ad IVA, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.

#### **Art. 14– Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. La giunta definisce annualmente la destinazione dei risparmi di spesa ovvero delle maggiori entrate, al netto dell'IVA, assicurando, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica ed in particolare della spesa del personale, la destinazione di una quota alla contrattazione decentrata.

### **Art. 15 – Verifiche e controlli**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, dei contenuti tecnici, dei risvolti quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo *sponsor*; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

### **Art. 16 – 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. 196 del 30.06.2003 e successive modificazioni.

### **Art. 17 – Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'amministrazione comunale 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. 18 - Rinvio**

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuale che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio:
  - a. per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
  - b. per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi al D.Lgs. n. 30/2005 e successive modificazioni, nonché ad altra normativa specifica in materia.