



CITTA' DI MODICA

Provincia di Ragusa



Patrimonio dell'Umanità

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

APPROVATO CON DEL. DI C.C. N. 97 del 30.07.2012

SOMMARIO

- Art.1- Oggetto, finalità e principi generali
- Art.2- Definizioni ed ambito di applicazione
- Art.3- Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art.4- Corrispettivo della sponsorizzazione
- Art.5- Scelta dello sponsor
- Art.6- Offerta e valutazione delle offerte - graduatoria
- Art.7- Elenco Sponsor accreditati
- Art.8- Sponsorizzazione spontanea proposta da terzi ai sensi del punto c dell'art 3 del presente regolamento
- Art.9- Contratto di sponsorizzazione per la realizzazione e manutenzione di opere pubbliche
- Art.10- Contratto di sponsorizzazione
- Art.11- Verifiche e controlli
- Art.12- Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni - Aspetti contabili e fiscali
- Art.13- Agevolazioni tributarie
- Art.14- Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti
- Art.15- Ufficio sponsorizzazioni
- Art.16- Clausole di salvaguardia
- Art.17- Riserva organizzativa
- Art.18- Controversie
- Art.19- Protezione dati personali
- Art.20- Norme di rinvio
- Art.21- Norma transitoria
- Art.22- Entrata in vigore

Art. 1 - Oggetto, finalità e principi generali

1. Il presente Regolamento, redatto ai sensi della Legge 449/1997 e del D.Lgs. 267/2000, è inteso a disciplinare le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell'Amministrazione Comunale di Modica alla sponsorizzazione come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.

Ibis) Il Comune di Modica, in ogni caso, non potrà sostenere alcuna spesa per sponsorizzazioni ai sensi dell'art. 6, c.9 della legge n° 122/2010 in qualità di sponsor e/o sponsee ai sensi degli artt. 1322, 1350 e 1174 del c.c.

2. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese, associazioni, fondazioni ed in generale con qualsiasi soggetto che non svolga attività in conflitto con l'interesse pubblico con la finalità di acquisire da parte dell'Amministrazione, a titolo gratuito, interventi, servizi, prestazioni anche economiche, beni ed attività.

3. Il ricorso alla sponsorizzazione deve conformarsi ai seguenti principi generali:

√ perseguimento di interessi pubblici;

√ esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata.

4. l'Amministrazione ricorrerà alla sponsorizzazione per ottenere:

a) miglioramenti della qualità dei servizi erogati;

b) la realizzazione di manifestazioni in campo culturale, spettacolare e turistico;

c) il supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture;

d) il sostegno allo sviluppo di progettualità, iniziative innovative ed ottimizzazione della spesa.

5. Le iniziative di sponsorizzazione saranno finalizzate al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione, alla tutela del patrimonio artistico e culturale, alla realizzazione di progetti e all'erogazione di servizi a carattere innovativo e sperimentale.

6. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor, le disposizioni del presente regolamento vanno interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

Art. 2 - Definizioni ed ambito di applicazione

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:

a) *“contratto di sponsorizzazione”*: il contratto mediante il quale il Comune di Modica offre nell’ambito di proprie iniziative ed attività ad un terzo (sponsor), la possibilità di pubblicizzare in appositi e predeterminati spazi pubblicitari, il nome, il marchio, l’immagine, l’attività, i prodotti, i servizi e simili. Lo sponsor si obbliga, a titolo di controprestazione, a pagare un corrispettivo in denaro, ad eseguire lavori, a fornire beni o a prestare servizi;

b) *“sponsor”*: il soggetto privato (persona fisica o giuridica), o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Modica;

c) *“sponsorizzazione”*: ogni contributo in beni o servizi, denaro o ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti e conseguire un ritorno di immagine positivo;

d) *“spazio pubblicitario”*: lo spazio fisico o digitale, e ogni altro supporto utilizzato per veicolare le attività pubblicitarie e promozionali dello sponsor;

e) *“veicolazione dell’immagine dello sponsor”*: qualsiasi modalità convenuta con la quale il Comune si impegna a veicolare l’immagine dello sponsor come corrispettivo del contratto.

2. Il Comune ha facoltà di reperire sponsor, secondo quanto previsto dalle norme di Legge e dal presente Regolamento.

3. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i progetti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell’Ente nei capitoli di spesa ed eventuali altre iniziative giudicate di interesse pubblico non previste in bilancio ivi compresi gli eventi artistici, culturali e spettacolari.

Art. 3 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

L’Amministrazione accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati e individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor. Le iniziative e gli interventi devono essere:

a) inserite in appositi elenchi allegati. In questo caso la realizzazione è vincolata alla redazione di un contratto di sponsorizzazione;

b) conseguenti ad offerte spontanee provenienti da terzi e giudicate di interesse pubblico. In questo caso le proposte saranno approvate dalla Giunta Comunale previo parere del Dirigente incaricato.

Art. 4 - Corrispettivo della sponsorizzazione

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:

- a) in una somma di danaro;
- b) in servizi, lavori e forniture offerti a cura e spese dello sponsor. In questo caso gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti necessari per contrattare con le pubbliche Amministrazioni.

Art. 5 - Scelta dello sponsor

1. La selezione dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento e trasparenza, libera concorrenza e correttezza.
2. L'amministrazione si può avvalere di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali, ivi compreso il ricorso all'affidamento dell'incarico ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, che appaiano più idonei a stimolare l'interesse tra i potenziali sponsor in relazione all'oggetto della sponsorizzazione stessa e alle specificità dell'ambito in cui è proposta,
3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e invio alle associazioni di categoria per favorire una maggiore conoscenza e partecipazione.

L'avviso deve contenere i seguenti dati:

- a) le principali caratteristiche dell'attività, progetto o iniziativa;
- b) l'individuazione dello spazio pubblicitario e la durata del periodo di suo utilizzo da parte dello sponsor e, se necessaria, la preventiva intesa di massima con la competente Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio;
- c) l'eventuale diritto di esclusiva;
- d) l'importo minimo (somma di denaro, lavori, beni, forniture o servizi) eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
- e) le modalità di pagamento del corrispettivo di sponsorizzazione o la modalità di realizzazione del servizio e dei lavori o la descrizione del bene e delle forniture;
- f) i criteri per la valutazione delle proposte;
- g) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

Art. 6 – Offerta e valutazione delle offerte - graduatoria

1. L'offerta, presentata nei termini previsti dall'avviso o dall'invito, deve essere presentata in forma scritta e deve contenere:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel relativo capitolato.

2. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 24.11.1981, n. 689 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 e religiosa;

b) per le persone giuridiche:

- le autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza;
- l'attestazione del nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

3. 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.

4. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria, è approvata con Determina Dirigenziale.

5. Ove pervengano più offerte, esaurita la fase di selezione secondo i criteri previsti nell'avviso, viene approvata con apposito atto Dirigenziale la graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.

6. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso (valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad acquisire lo sponsor nelle propria disponibilità, eventuali servizi aggiuntivi e simili) ed eventuale presenza nell'elenco degli sponsor accreditati.

7. Definita la graduatoria, viene effettuata l'assegnazione degli spazi pubblicitari fino alla copertura totale degli stessi, cominciando dal primo soggetto della graduatoria. Nel caso in cui fosse stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso sarà assegnato al primo della graduatoria.

Art. 7 – Elenco Sponsor accreditati

1. L'Amministrazione si riserva la facoltà di istituire un elenco di sponsor che si dichiarano disponibili a partecipare a iniziative di sponsorizzazione.

Per la formazione dell'elenco si procederà nel seguente modo:

- a) sarà indetto un pubblico avviso in cui l'amministrazione fissa i criteri generali per la partecipazione degli sponsor e dello stesso darà pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e invio alle associazioni di categoria;
- b) dopo la presentazione delle offerte di sponsorizzazione sarà esaminata la relativa documentazione e sarà redatto un elenco delle ditte accreditate;
- c) l'elenco delle ditte accreditate sarà approvato con Determina Dirigenziale e avrà la validità di anni due.
- d) alla scadenza dei due anni il superiore elenco sarà aggiornato al fine di favorire eventuali altre ditte che intendono farsi accreditare. Le ditte accreditate devono solamente manifestare la volontà di essere incluse nel nuovo elenco mentre per le nuove ditte che intendono farsi accreditare sarà esaminata la documentazione richiesta.
- e) il nuovo elenco sarà approvato con Determina Dirigenziale e avrà la validità sempre di anni due.

Art. 8 – Sponsorizzazione spontanea proposta da terzi ai sensi del punto c dell'art 3 del presente regolamento

1. Per i casi previsti dall'art. 3 punto b (proposta finalizzata alla realizzazioni di interventi, lavori, servizi o fornitura di beni proposti da uno sponsor) l'Amministrazione procederà nel seguente modo:

- il Dirigente incaricato valuterà l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento;
- accertata la validità della proposta si predisporrà un avviso pubblico che preveda come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione quello fissato dal soggetto proponente e sarà pubblicato nell'albo pretorio, inserito nel sito internet del Comune e inviato alle associazioni di categoria per un periodo di giorni dieci consecutivi;

- nel caso in cui non perverranno ulteriori offerte il Dirigente incaricato procederà alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto proponente;

- nel caso in cui perverranno ulteriori offerte si procederà ai sensi dell'art. 6 commi 5 e 6 del presente regolamento.

2. Il soggetto promotore ha la facoltà di adeguare la propria proposta originaria a quella selezionata a seguito delle procedure di cui al precedente comma 1.

3. Nel caso in cui lo sponsor proponente adeguerà la proposta, il Dirigente incaricato procederà alla stipula del contratto di sponsorizzazione con lo stesso.

4. Nel caso in cui lo sponsor proponente non adeguerà la proposta, il Dirigente incaricato procederà alla stipula del contratto di sponsorizzazione con quello selezionato ai sensi del precedente comma 1.

Art. 9 - Contratto di sponsorizzazione per la realizzazione e manutenzione di opere pubbliche

1. Ai contratti di sponsorizzazione relativi ai lavori di cui all'allegato 1 del D.L.gs. n° 163/2006, si applicano le disposizioni contenute nel medesimo articolo e, ove si tratti di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali, trovano applicazioni altresì le disposizioni dell'art. 199 bis del D.L.gs. 163/2006.

2. Per tutti i contratti di sponsorizzazione relativi alla realizzazione e manutenzione di opere pubbliche non ricompresi nella disciplina di cui al comma 1, ovvero per gli aspetti concernenti prescrizioni non direttamente disciplinati dalla Legge, trovano applicazioni le disposizioni di cui ai successivi commi dal 3 al 7.

3. L'amministrazione può prevedere come corrispettivo anche la progettazione, esecuzione, direzione lavori per l'esecuzione o manutenzione di opere a destinazione pubblica.

4. I contratti devono contenere l'esatta individuazione dei lavori, le modalità di svolgimento, le modalità di verifica e controllo delle opere eseguite nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dello sponsor.

5. L'approvazione del progetto e i collaudi sono a carico dell'Amministrazione.

6. Gli esecutori materiali dei lavori, anche se incaricati dallo sponsor, devono avere tutti i requisiti necessari per la realizzazione di opere pubbliche secondo quanto previsto dalle normative vigenti regolanti la materia.

7. I contratti di sponsorizzazione di beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale devono essere sottoposti alla preventiva autorizzazione della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio al fine di ottenere il preventivo Nulla Osta inteso ad assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico, storico, l'aspetto e il decoro del bene.

il rapporto di sponsorizzazione viene regolato mediante sottoscrizione di un contratto dallo sponsor e dal Dirigente incaricato.

Art. 10 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il rapporto di sponsorizzazione viene regolato mediante sottoscrizione di un contratto dallo sponsor e dal Dirigente incaricato.

2. Il contratto deve stabilire in particolare:

- a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario ed alla veicolazione della sua immagine;
- b) il contenuto, la durata temporale e le modalità di esercizio del diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario e le specifiche condizioni relative all'eventuale organizzazione di ulteriori attività promozionali che, nel caso di opere pubbliche, sarà triennale;
- c) la definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione;
- d) la disciplina dettagliata dell'uso del logo, marchio o segni distintivi da parte dello sponsor nonché dell'attività promozionale dei prodotti, servizi e simili dallo stesso esercitabile;
- e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze, relative alla realizzazione di opere pubbliche;
- f) il diritto dello Sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario;
- g) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- h) gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- i) l'impegno dello sponsor a svolgere le attività previste senza obbligo per l'Amministrazione di garantire il ritorno pubblicitario dello sponsor;

l). la cauzione prestata dallo Sponsor mediante polizza fideiussoria assicurativa a garanzia degli adempimenti contrattuali per importi superiori ad € 10.000,00 (diconsi diecimilavirgolazero) ;

m) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.

Art. 11 – Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio competente al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti qualitativi, quantitativi e finanziari.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere notificate allo sponsor con l'obbligo di ottemperare nel termine stabilito pena la rescissione del contratto e la richiesta di eventuali risarcimento danni.

Art. 12 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni- Aspetti contabili e fiscali

1. Salvo diverso accordo tra le Parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito nella misura del 30%, al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria Comunale e nella misura del restante 70%, entro il termine stabilito nell'avviso e riportato nel contratto. A garanzia dell'importo restante lo Sponsor dovrà costituire, sempre al momento della sottoscrizione del contratto, apposita polizza fidejussoria a favore dell'Amministrazione Comunale ai sensi del punto 2.1 dell'art. 10 del presente regolamento.

2. Il valore della sponsorizzazione sarà pari alla somma prevista in bilancio per la specifica iniziativa. La fatturazione può coincidere con l'intero importo o con una quota dello stesso in funzione della totale o parziale copertura della spesa prevista con la sponsorizzazione.

3. Il contratto di sponsorizzazione si configura come operazione permutativa e, quindi, è soggetta alla disciplina sull'IVA secondo quanto previsto dall'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e successive modifiche ed integrazioni.

4. La disciplina sull'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni e servizi con riferimento al valore commerciale o ai prezzi di mercato dei beni o servizi stessi.

5. Sia l'Ente pubblico che lo sponsor devono procedere alla fatturazione indicando il valore della sponsorizzazione ed assolvere a tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.

Art. 13 - Agevolazioni tributarie

1. In relazione alle sponsorizzazioni attivate ai sensi del presente regolamento non è dovuto il pagamento del canone di occupazione del suolo pubblico per gli impianti pubblicitari privati installati su spazi o aree comunali. L'imposta di pubblicità è dovuta nella misura ridotta del 50%.

2. L'importo massimo complessivo dei benefici tributari concessi ai sensi del precedente comma 1 del presente articolo deve essere inferiore al 60% del corrispettivo offerto per la sponsorizzazione.

Art. 14 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

1. La Giunta Municipale destina i risparmi di spesa o le maggiori entrate equamente per il verde pubblico, parchi gioco, centro storico.

Art. 15 - Uffici sponsorizzazioni

1. Ciascun Dirigente individuerà fra il personale in dotazione al proprio settore un dipendente responsabile delle procedure di sponsorizzazione.

2. Il dipendente incaricato svolgerà l'attività di:

- organizzazione e coordinamento di tutte le attività relative ai processi di sponsorizzazione;
- monitoraggio dei contratti di sponsorizzazione stipulati;
- redazione ed aggiornamento dell'eventuale Elenco degli Sponsor Accreditati di cui all'art. 7;

3. Gli Uffici dovranno far pervenire al dipendente incaricato delle Sponsorizzazioni eventuali difformità, notificate allo sponsor, emerse in sede di verifica.

Art. 16 - Clausole di salvaguardia

1. L'Amministrazione comunale si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione proposta o di recedere dal contratto sottoscritto qualora:

- a) ritenga che possa derivarne una situazione di 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 d'opportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse:

- le sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità, anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte secondo la normativa in vigore e di propaganda da parte di partiti o altre forze istituzionalmente rappresentate;

- le sponsorizzazioni aventi ad oggetto diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

- la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di armi, tabacco, prodotti alcolici e materiale pornografico;

- la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

3. Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi:

- rispetto del diritto pari opportunità e 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 amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive, delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;

- rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;

- rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

4. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali. A tal fine l'Amministrazione può avvalersi di ogni fonte di informazione (organizzazioni non governative riconosciute a livello internazionale e associazioni e centri di ricerca accreditate).

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 dell'Amministrazione Comunale, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo economico e funzionale, affidare, nel rispetto delle disposizioni di legge e regolamentari e con procedura aperta, l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

L'importo al netto della provvigione deve consentire la copertura integrale per la realizzazione dell'iniziativa oggetto della sponsorizzazione.

Art. 18 - Controversie

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è di competenza del tribunale di Modica.

Art. 19 - Protezione dei dati personali

1. L'esecuzione dei contratti di sponsorizzazione avviene nell'osservanza della disciplina in materia di protezione dei dati personali.

2. I singoli interessati hanno la facoltà di esercitare i diritti riconosciuti da D.Lgs 196/2003 e successive modifiche ed integrazioni.

Art. 20 - Norme di rinvio

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.

Art. 21 - Norma transitoria

1. Eventuali contratti stipulati dall'Amministrazione con soggetti pubblici o privati avente per oggetto quanto previsto dal presente regolamento restano validi fino alla loro scadenza naturale.

Art. 22 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore ad intervenuta esecutività della Delibera Consiliare di approvazione.