

**Comune di Noventa di Piave**  
**Provincia di Venezia**

**Regolamento comunale per la disciplina delle  
sponsorizzazioni**

## **Art. 1 – Oggetto e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le iniziative di sponsorizzazione tendenti a favorire l'innovazione dell'organizzazione dell'Ente, migliorare la qualità dei servizi, realizzare maggiori economie di spesa o acquisire, a titolo gratuito, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.
2. Con riferimento alle disposizioni contenute nell'art. 119 del Testo Unico Enti Locali (T.U.E.L.), approvato con D. Lgs 18.08.2002, n. 267, si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza dell'azione amministrativa.
3. il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una 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.
4. Si concretizza altresì la fattispecie della sponsorizzazione, anche qualora venga finanziata la realizzazione di iniziative innovative non inserite nei programmi di spesa ordinari a carico del bilancio dell'ente, purché l'intervento si qualifichi ai sensi dell'art. 119 del T.U.E.L. D.Lgs 18/08/2000 n. 267.

## **Art. 2 - 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 delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il proprio nome, logo, marchio, prodotti, ecc., dello sponsor;
  - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchi, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
  - c) per "sponsor": ai sensi dell'art.119 del sopracitato T.U.E.L., il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
  - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

## **Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**

1. L'Amministrazione può ricorrere a forma di sponsorizzazione in relazione ad attività culturali di differente tipologia, ad attività sportive, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio comunale, dell'assetto urbano o ad altre attività di rilevante interesse pubblico.
2. In relazione a particolari manifestazioni od iniziative culturali collegate alla promozione e la valorizzazione del Comune di Noventa di Piave e del territorio del Basso Piave in genere, l'Amministrazione può assumere anche la veste di sponsor.

## **Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative da sponsorizzare vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati a ciascun Responsabile. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può indicare modalità attuative per specifiche iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni interessa principalmente le iniziative, i progetti, le attività di cui all'art. 3, sia gestiti direttamente dal Comune sia gestiti e/o organizzati da organismi o associazioni con le quali il Comune, in diverse forme, collabora.

## **Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta degli sponsor**

1. La scelta dello sponsor è, di norma, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso e viene effettuata mediante applicazione dei seguenti criteri prioritari:
  - a) maggior utilità *tecnico - economica complessiva della proposta*;
  - b) importo della sponsorizzazione;
  - c) soggetto che ha già sponsorizzato in passato l'iniziativa o la manifestazione di cui trattasi o soggetto legato alla storia ed alle tradizioni culturali, sportive o economiche del territorio;
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento nell'eventuale sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
  - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
  - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
  - a) il bene, il servizio, la prestazione, l'attività o la manifestazione che si intende sponsorizzare;
  - b) l'accettazione delle condizioni previste nello schema di contratto 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 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'inesistenza di contenziosi o conflitti di natura giudiziaria con l'Amministrazione comunale.
  - 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. I modelli per la presentazione dell'offerta sono predisposti dai competenti uffici comunali e allegati all'avviso di sponsorizzazione.
8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile di Area competente nel rispetto dei criteri definiti al precedente comma.
9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile di Area interessato; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.
10. Nel caso di operazioni inferiori a € 50.000 le sponsorizzazioni, in ogni caso, potranno anche essere reperite dal Comune con procedimenti semplificati, senza avviso pubblico, consistenti in comunicazioni a ditte o a soggetti privati interessati, a seconda del tipo di manifestazione, di servizio o di attività, nel rispetto del criterio di trasparenza e par condicio invitando almeno tre soggetti a presentare offerta.

## **Art. 6 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. Le sponsorizzazioni e gli strumenti attuativi delle stesse non devono essere in contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti.
2. 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;
  - d) la ditta proponente abbia in atto contenziosi o conflitti di natura giuridica con l'Amministrazione comunale.
3. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
- a) propaganda di natura politica-partitica, 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;
  - d) qualsiasi messaggio pubblicitario che lo sponsor associ all'iniziativa intrapresa dovrà essere conforme al Codice di Autodisciplina Pubblicitaria assunto nella sua ultima versione disponibile.

#### **Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro.
2. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto sotto forma di scrittura privata autenticata dal segretario comunale senza spese e diritti e non soggetta a registrazione se non in caso d'uso nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
  - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
  - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor e dello sponsee;
  - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
3. L'Amministrazione comunale si impegna a pubblicizzare il logo/marchio/messaggio/ ecc. pubblicitario dello sponsor mediante:
  - inserzione dello stesso sul materiale pubblicitario relativo all'intervento, con modalità tali da evidenziare il sostegno reso dallo sponsor all'iniziativa;
  - organizzare iniziative di informazione rivolte alla diffusione della conoscenza relativamente all'attivazione, sviluppo e risultati dell'iniziativa nella quale sia assicurata evidenza al supporto dello sponsor. Nel caso di pubblicità per via telematica verranno concordate con lo sponsor precise modalità operative;
  - predisposizione di spazi pubblicitari all'interno dei luoghi/siti di intervento ove pubblicizzare l'iniziativa e il logo/marchio/messaggio/ ecc. caratteristico della Parte.

L'Amministrazione comunale si riserva di volta in volta di individuare le modalità da attivarsi in relazione all'importanza ed al valore dell'iniziativa così come di commisurare il rapporto tra beneficio d'immagine ricevuto e valore economico di partecipazione alla stessa.

#### **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 e reimpiegate in medesime iniziative anche negli esercizi successivi salvo che per una quota del 15% che verrà destinata alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999.

#### **Art. 9 - Trattamento dei dati personali**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste nel rispetto della legge 31.12.1996, n. 675 e successive modificazioni e degli atti normativi ed organizzativi adottati in materia dal Comune.
2. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

#### **Art.10 – Pagamenti e aspetti fiscali**

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo definito nel contratto, con applicazione IVA ad aliquota nella misura di legge vigente al momento della stipula del contratto di sponsorizzazione ed è correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") così come definito nel contratto medesimo.
2. L'esposizione dei cartelli è soggetta all'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e/o occupazione del suolo pubblico, che verrà riscossa direttamente dal Concessionario del Servizio per conto del Comune.
3. Tutte le spese, le imposte, le tasse dipendenti e conseguenti alla convenzione devono essere a carico dello Sponsor.

#### **Art. 11 – Cessione, recesso e risoluzione del contratto**

1. E' vietata la cessione, anche parziale, del contratto. La cessione si configura anche nel caso in cui lo sponsor venga incorporata in altra azienda, nel caso di cessione d'azienda o di ramo d'azienda e negli altri casi in cui lo sponsor sia oggetto di atti di trasformazione a seguito dei quali perda la propria identità giuridica. E' altresì fatto divieto dello sponsor di associare il proprio logo, marchi, ecc., a quello del Comune per fini pubblicitari diversi da quelli previsti nei singoli contratti di sponsorizzazione.
2. Lo sponsor si riserva comunque la facoltà di recesso unilaterale del contratto (art. 1671 C.C.) con preavviso di almeno 60 giorni e la facoltà di risoluzione, in qualsiasi momento e senza preavviso, per gravi inadempienze contrattuali (art. 1456 C.C.) annoverando tra queste il mancato rispetto degli adempimenti in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro (D.Lgs. n° 626/94).
3. In caso di risoluzione del contratto è altresì facoltà dell'Amministrazione di chiedere il pagamento a titolo di indennizzo di un importo pari al 15% dell'importo del contratto stesso.

#### **Art.12 - Verifiche e controlli**

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte della Area comunale competente per materia, al fine di accertare l'attuazione 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.
3. L'Amministrazione comunale è sollevata da qualsiasi responsabilità civile o penale in ordine alle attività inerenti l'organizzazione/realizzazione dell'iniziativa oggetto del contratto.

#### **Art. 13 - Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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 in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

#### **Art. 14 – Entrata in vigore**

Il presente regolamento, ai sensi del D. Lgs. n.267/2000, entrerà in vigore il giorno stesso dell'esecutività della deliberazione con la quale viene approvato.

## **Indice**

- Art. 1 - **Oggetto e finalità**
- Art. 2 - **Definizioni**
- Art. 3 – **Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**
- Art. 4 – **Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**
- Art. 5 - **Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**
- Art. 6 – **Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**
- Art. 7 – **Contratto di sponsorizzazione**
- Art. 8 – **Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti alle sponsorizzazioni**
- Art. 9 - **Trattamento dei dati personali**
- Art.10 – **Pagamenti e aspetti fiscali**
- Art.11 – **Cessione, recesso e risoluzione del contratto**
- Art.12 – **Verifiche e controlli**
- Art.13 – **Riserva organizzativa**
- Art.14 – **Entrata in vigore**

