



**COMUNE DI VALDOBBIADENE  
(Provincia di Treviso)**

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA  
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

*Approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. 62 del 1° agosto 2006, in vigore dal 21 agosto 2006.*

\*\*\*\*\*

### **Art. 1**

#### **Oggetto e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina, in attuazione delle disposizioni contenute nell'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, nell'articolo 119 del decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267, nell'articolo 120 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e nell'articolo 26 del decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163, le iniziative di sponsorizzazione, e la relativa gestione, da attuarsi nel Comune di Valdobbiadene.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e tecnica del Comune, migliorare la qualità dei servizi erogati alla collettività e comportare economie di spesa.

### **Art. 2**

#### **Ambito di applicazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono realizzate tramite la stipulazione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati e possono essere dirette, sia alla realizzazione di interventi inerenti programmi o progetti con finanziamento previsto a carico del bilancio del Comune, sia alla realizzazione di interventi non inclusi nell'attività programmata.

### **Art. 3**

#### **Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per contratto di sponsorizzazione: un contratto mediante il quale una parte (*sponsee*) si impegna, nell'ambito di proprie specifiche iniziative, a diffondere in appositi predefiniti spazi pubblicitari il nome, il logo, il marchio, i prodotti, le attività o altri messaggi di un soggetto terzo (*sponsor*), il quale si obbliga a versare un determinato corrispettivo in denaro, ovvero a fornire a titolo gratuito una determinata prestazione;
  - b) per sponsorizzazione: ogni contributo consistente, tanto nella corresponsione di una somma di denaro, quanto nella fornitura di beni, nella prestazione di servizi o attività, nell'esecuzione di lavori, ovvero in altre utilità provenienti da terzi, o messe a disposizione di terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, il marchio, i prodotti, le attività o altri messaggi degli stessi;
  - c) per *sponsor*: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale in cambio della veicolazione del proprio nome nell'ambito di una iniziativa attuata dallo *sponsee*, al fine di incentivare la propria notorietà e immagine pubblica;
  - d) per *sponsee*: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso una determinata prestazione, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello *sponsor*;
  - e) per spazio pubblicitario: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni, di volta in volta messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello *sponsor*;
  - f) per promotore: un soggetto privato che presenta al Comune una proposta di contratto di sponsorizzazione, corredata da programma, o progetto, e preventivo.

### **Art. 4**

#### **Contenuto della sponsorizzazione**

1. Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto quanto segue:
  - fornitura di servizi, attività o beni;
  - fornitura di consulenze;
  - realizzazione di opere o lavori;
  - corresponsione di una somma in denaro.

2. La sponsorizzazione è finalizzata all'attuazione, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, dei seguenti interventi:
  - a) realizzazione di manifestazioni e attività culturali, sociali, sportive e ricreative;
  - b) realizzazione di manifestazioni, attività e iniziative volte al *marketing* e promozione territoriale;
  - c) fornitura di beni, con particolare riferimento ad attrezzature informatiche di vario genere, sia hardware che software, comprese prestazioni di servizi;
  - d) realizzazione di siti internet;
  - e) realizzazione di periodici, programmi televisivi, attività di comunicazione istituzionale in genere attraverso i mass – media, gestione di sportelli informagiovani;
  - f) bollettazione;
  - g) attività di progettazione, direzione lavori e collaudo di opere o lavori pubblici;
  - h) realizzazione di opere o lavori pubblici;
  - i) restauro e valorizzazione del patrimonio culturale;
  - j) manutenzione e gestione di aree verdi ed edifici;
  - k) fornitura di arredo urbano e di mezzi per la relativa gestione;
  - l) fornitura di mezzi di trasporto.
2. A fronte delle prestazioni rese dallo *sponsor*, il Comune mette a disposizione dello stesso, a fini pubblicitari, i propri seguenti spazi:
  - utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune, quali bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, coperture con teli di opere e/o lavori ...;
  - utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune, quali carta intestata, con esclusione tuttavia del relativo utilizzo per il rilascio di certificazioni di qualsiasi natura, buste, sito internet, bollette, cedolini stipendi, buoni-mensa ... , nonché eventuali altri spazi individuati di volta in volta.

#### **Art. 5**

##### **Vincoli**

1. Le iniziative attuate in tutto o in parte mediante sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli:
  - devono essere dirette al perseguimento dell'interesse pubblico;
  - devono escludere situazioni di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata;
  - devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di entrate.
2. Le modalità di attuazione delle sponsorizzazioni non devono essere in contrasto con prescrizione di leggi o di regolamenti.

#### **Art. 6**

##### **Individuazione delle iniziative oggetto di sponsorizzazione**

1. Le iniziative oggetto di sponsorizzazione vengono di norma individuate nell'ambito degli obiettivi assegnati ai responsabili dei servizi con il piano annuale di assegnazione delle risorse e degli obiettivi. La Giunta comunale può tuttavia, nel corso dell'anno, formulare indirizzi specifici per l'attuazione, da parte dei responsabili dei servizi, di iniziative di sponsorizzazione non ricomprese nel piano di cui al precedente periodo.
2. I responsabili dei servizi elaborano i programmi o i progetti, se già non definiti nel piano di cui al comma 1, per la cui realizzazione fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, e provvedono alla relativa quantificazione economico – finanziaria.

#### **Art. 7**

##### **Iniziativa diretta o per azione di terzi**

1. La sponsorizzazione può avere origine:
  - da iniziativa del Comune attraverso la pubblicazione di un avviso pubblico;
  - da iniziativa di soggetti pubblici o privati.
2. I soggetti con i quali è possibile stipulare contratti di sponsorizzazione sono, a titolo esemplificativo, imprese individuali, società, organismi di diritto pubblico e privato, associazioni, fondazioni e cittadini.

#### **Art. 8**

##### ***Procedure di sponsorizzazione ad iniziativa del Comune***

1. Ove non si tratti di iniziative concernenti la realizzazione di opere o lavori pubblici, per i quali il progetto è approvato dalla Giunta comunale, il responsabile del servizio approva, con apposita determinazione, il programma o il progetto dell'iniziativa elaborato ai sensi dell'art. 6, comma 2.
2. La selezione del contraente è effettuata mediante procedura di gara ad evidenza pubblica e, a tal fine, il responsabile del servizio approva, anche con la determinazione di cui al comma 1, lo schema di avviso pubblico per l'individuazione del soggetto con il quale concludere il contratto di sponsorizzazione rientrante negli obiettivi assegnatigli. All'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio per almeno 15 giorni e inserimento nel sito internet del Comune, nonché mediante altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta idonee ai fini della massima conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti elementi:
  - a) l'oggetto del contratto e i conseguenti obblighi dello *sponsor*, secondo i contenuti dello specifico programma o progetto di sponsorizzazione;
  - b) gli eventuali requisiti specifici dei soggetti interessati ad assumere la veste di *sponsor*;
  - c) gli obiettivi da raggiungere con il contratto di sponsorizzazione;
  - d) le obbligazioni che lo *sponsee* garantisce allo *sponsor* in termini di pubblicità dell'iniziativa sostenuta dallo stesso (presenza del nome, del logo, del marchio, indicazione dei prodotti, ovvero altri messaggi, negli appositi spazi pubblicitari);
  - e) il limite allo sfruttamento dell'immagine di *sponsor* a fini pubblicitari;
  - f) le previsioni di eventuali *benefit* e di eventuali diritti di esclusiva;
  - g) l'importo della cauzione a garanzia dell'adempimento degli obblighi contrattuali;
  - h) la modalità e i termini di presentazione delle offerte;
  - i) le modalità e i criteri/parametri di valutazione delle offerte;
  - j) la durata, i criteri per la determinazione del valore del contratto e la forma dello stesso;
  - k) le conseguenze in caso di inadempimento contrattuale, ivi compresa la risoluzione del contratto e il risarcimento dei danni;
  - l) la disciplina della risoluzione di eventuali controversie relative all'esecuzione del contratto e l'indicazione delle cause di recesso.
4. L'offerta indica la natura e l'entità della prestazione, determinate secondo le modalità previste dall'avviso, e deve essere corredata dalle dichiarazioni richieste dall'avviso stesso, attestanti, in particolare, quanto segue:
  - l'accettazione delle condizioni previste dall'avviso nonché quelle previste dal capitolato dell'opera o del lavoro ovvero dal programma o progetto di sponsorizzazione;
  - la sussistenza dei requisiti soggettivi richiesti per la partecipazione alle gare d'appalto indette dalla pubblica amministrazione;
  - il contenuto del messaggio che costituirà oggetto del contratto o l'impegno ad informare il Comune, entro il termine stabilito dal Comune stesso, sul contenuto del messaggio pubblicitario che si intende utilizzare ai fini della sponsorizzazione.

5. E' ammessa la scelta diretta del contraente quando si tratti di sponsorizzazioni il cui valore non superi l'importo di euro 5.000,00, con esclusione dell'I.V.A., ovvero nei casi di comprovata urgenza.

#### **Art. 9**

##### ***Criteri di selezione***

1. Lo *sponsor* è individuato in base al criterio della maggiore utilità economica per il Comune, derivante dall'offerta, secondo i parametri di valutazione stabiliti nell'avviso di sponsorizzazione. In relazione a specifiche iniziative, l'avviso di sponsorizzazione potrà fissare criteri particolari di selezione.
2. Ove non pervenga alcuna offerta, il responsabile del servizio può, senza alcuna formalità, procedere alla conclusione del contratto di sponsorizzazione mediante affidamento diretto.

#### **Art. 10**

##### ***Esame e valutazione delle offerte – Individuazione dello sponsor***

1. Le offerte sono esaminate e valutate dal responsabile del servizio nel quale ricade l'iniziativa oggetto della sponsorizzazione, il quale individua il/i soggetto/i con cui concludere il contratto di sponsorizzazione.
2. Quando l'avviso di selezione preveda elementi di valutazione diversi da un corrispettivo in denaro, ovvero altri elementi oltre allo stesso, la valutazione è effettuata dalla commissione giudicatrice prevista dall'articolo 11 del regolamento per la disciplina dei contratti del Comune.
3. L'individuazione dello *sponsor* viene disposta, in conformità con le risultanze delle operazioni e lavori della commissione giudicatrice, mediante determinazione del responsabile del servizio di cui al comma 1, il quale, alla luce delle risultanze del confronto concorrenziale, provvede alla trasmissione degli atti al responsabile del servizio finanziario affinché siano sottoposte all'organo consiliare le variazioni di bilancio connesse all'attuazione della sponsorizzazione. Tuttavia, in presenza di motivate ragioni di interesse pubblico, il responsabile del servizio può sospendere o non procedere all'individuazione dello *sponsor*.
4. Il vincolo contrattuale obbligatorio si instaura con la sottoscrizione del contratto.

#### **Art. 11**

##### ***Diritto di rifiuto***

1. Il responsabile del servizio nel quale ricade l'iniziativa oggetto della sponsorizzazione, ove ravvisi la sussistenza di una delle cause previste alle successive lettere a), b) e c), sottopone le offerte di sponsorizzazione alla Giunta comunale la quale, a proprio insindacabile giudizio, ne dispone il rifiuto qualora:
  - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine o alla propria iniziativa;
  - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) messaggi contenenti informazioni contrarie all'ordine pubblico, al buon costume, ingannevoli, pregiudizievoli per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori.

#### **Art. 12**

##### ***Procedura di sponsorizzazione su azione di terzi***

1. Un soggetto terzo all'amministrazione – promotore - può presentare all'amministrazione comunale una proposta di contratto di sponsorizzazione mediante offerta documentata da una

quantificazione economico – finanziaria della spesa, da un programma, progetto e relativo capitolato, nonché da quant'altro necessario per definire l'intervento, ove lo stesso non risulti già definito negli atti di programmazione del Comune, avente i contenuti previsti all'articolo 4, comma 1.

2. Entro 20 giorni dal ricevimento della proposta, il responsabile del servizio nel quale ricade la materia oggetto della proposta stessa procede alla verifica della completezza della documentazione e all'eventuale richiesta di integrazione, assegnando a tal fine al promotore un termine adeguato all'integrazione richiesta.
3. Ad avvenuta conclusione dell'istruttoria preliminare, la proposta viene sottoposta alla Giunta comunale la quale, nel caso ravvisi la sussistenza di benefici derivanti da quanto proposto, la accoglie ovvero, in caso contrario, la respinge giustificatamente, anche per i motivi previsti all'articolo 11. Con la medesima deliberazione con la quale la proposta viene accolta, la Giunta comunale autorizza il responsabile del servizio alla conclusione del contratto di sponsorizzazione, quando il valore della proposta di sponsorizzazione non superi l'importo di euro 5.000,00, con esclusione dell'I.V.A., ovvero nei casi in cui i benefici derivanti dalla proposta stessa risultino tali solo se si proceda urgentemente alla conclusione del contratto. Negli altri casi, la Giunta dispone l'espletamento del confronto concorrenziale con la procedura prevista ai successivi commi 4, 5, 6, e 7.
4. Ove sia stato promosso il confronto concorrenziale, il responsabile del servizio procede, senza ritardo, alla pubblicizzazione dell'iniziativa del promotore mediante pubblicazione di apposito avviso all'albo pretorio per un periodo non inferiore a 15 giorni e inserimento nel sito internet del Comune, nonché mediante altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta idonee ai fini della massima conoscenza e partecipazione, con lo scopo di confrontare l'offerta pervenuta con possibili offerte migliorative.
5. Ove nei termini di scadenza previsti dall'avviso pervengano altre proposte è effettuata, a cura della commissione giudicatrice di cui all'articolo 10, comma 2, la comparazione tra la proposta del promotore e quello degli altri soggetti, con le modalità e i criteri stabiliti nell'avviso.
6. La pronuncia definitiva del responsabile del servizio in ordine alla proposta prescelta, conforme alle risultanze delle operazioni e lavori della commissione giudicatrice, dovrà avvenire nel termine di 90 giorni dalla data di pubblicazione dell'avviso di cui al comma 4, mediante comunicazione agli interessati dell'esito della comparazione. Tuttavia, in presenza di motivate ragioni di interesse pubblico, il responsabile del servizio potrà sospendere o non procedere all'individuazione della proposta di sponsorizzazione.
7. Il promotore, entro 20 giorni dal ricevimento della comunicazione, potrà adeguare la propria proposta a quella prescelta dall'amministrazione. In questo caso il promotore risulterà aggiudicatario del contratto di sponsorizzazione da lui promosso. In caso contrario, risulterà aggiudicatario il soggetto che ha presentato la proposta ritenuta migliore.
8. Nel caso in cui, a seguito della pubblicazione dell'avviso di cui al comma 4 non pervengano proposte, il contratto di sponsorizzazione viene stipulato con il promotore.
9. Le sponsorizzazioni proposte da soggetti pubblici o privati, relativamente alle quali prevalgano profili di cosiddetto mecenatismo, in quanto rivolte a rendere un servizio alla cittadinanza, essendo tenue il beneficio derivante dalla pubblicità, sono valutate dalla Giunta comunale la quale, in caso positivo, ne dispone l'accoglimento.

### ***Art. 13***

#### ***Contratto di sponsorizzazione***

1. La gestione delle sponsorizzazioni viene regolata mediante la sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto, il suo valore e la durata;
  - b) gli impegni ed obblighi assunti dallo *sponsor*;
  - c) gli impegni ed obblighi assunti dallo *sponsee*;
  - d) le modalità della veicolazione pubblicitaria del nome, logo, marchio, prodotti o attività dello *sponsor*;
  - e) il limite allo sfruttamento dell'immagine di *sponsor* a fini pubblicitari;
  - f) le verifiche e i controlli sull'attività dello *sponsor*;
  - g) i profili economici del rapporto contrattuale;
  - h) le conseguenze in caso di inadempimento contrattuale, ivi compresa la risoluzione del contratto e il risarcimento dei danni;
  - i) la disciplina della risoluzione di eventuali controversie relative all'esecuzione del contratto e l'indicazione delle cause di recesso.
2. Quando si tratti di iniziative concertate o di interesse comune, le forme e le modalità di coinvolgimento del Comune e dello *sponsor* nella ideazione e/o realizzazione delle iniziative stesse vengono regolate da un accordo di collaborazione

#### **Art. 14**

##### ***Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento di incarico di ricerca di sponsor***

1. Il Comune può, qualora lo ritenga conveniente sotto il profilo organizzativo e/o economico, affidare l'incarico del reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario o ad altro soggetto pubblico o privato specializzato. In tale caso, l'incarico viene affidato in conformità al regolamento per l'acquisizione di beni e servizi e per l'esecuzione di lavori in economia.

#### **Art. 15**

##### ***Disposizioni particolari in materia di sponsorizzazioni riguardanti l'attività di progettazione e di realizzazione di opere e lavori, di forniture e di servizi***

1. Le attività di progettazione, direzione e collaudo di opere e lavori pubblici, ovvero di forniture e di servizi, svolte a titolo di sponsorizzazione, potranno essere eseguite solo da soggetti abilitati ai sensi della normativa in vigore.
2. Il responsabile del servizio competente per materia impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione e direzione delle opere e lavori, delle forniture e dei servizi.

#### **Art. 16**

##### ***Verifiche e controlli***

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del responsabile del servizio competente per materia, ai fini di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni convenute nel contratto. Nell'esercizio dell'attività di verifica, il responsabile del servizio impartisce allo *sponsor* le opportune prescrizioni.
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. 17**

##### ***Aspetti fiscali***

1. Il valore della fatturazione al Comune, ad opera dello *sponsor*, è pari all'importo del corrispettivo dedotto nel contratto di sponsorizzazione.
2. Il valore della fatturazione allo *sponsor*, ad opera del Comune, correlata alla promozione dell'immagine dello *sponsor* stesso (spazio pubblicitario), è pari all'importo previsto al comma 1.

### **Art. 18**

#### ***Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni***

1. Le somme previste nelle voci di spesa di bilancio interessate dalle sponsorizzazioni, che risultino non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto o accordo, sono considerate risparmi di spesa.
2. I risparmi sono utilizzati per le seguenti finalità:
  - nella misura stabilita di volta in volta dalla Giunta comunale e, comunque, sino ad un massimo del 20 per cento, all'incremento delle risorse finanziarie destinate alla incentivazione delle politiche delle risorse umane e della produttività, previste dalle disposizioni contenute nei contratti collettivi nazionali di lavoro in vigore per il personale del comparto Regioni – Autonomie locali;
  - nella misura della percentuale residua, al finanziamento di altre iniziative stabilite dall'amministrazione comunale.
3. In conformità alle disposizioni contrattuali di cui al comma 2, l'utilizzo della percentuale come sopra stabilita dei risparmi di spesa avverrà sulla base di quanto convenuto nel contratto collettivo decentrato integrativo aziendale.

### **Art. 19**

#### ***Norma transitoria***

1. Sono fatti salvi gli accordi già intervenuti, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento.

### **Art. 20**

#### ***Norme finali e di rinvio***

1. La normativa contenuta nel presente regolamento relativa al contratto di sponsorizzazione trova applicazione, in quanto compatibile, anche agli accordi di collaborazione di cui all'articolo 13, comma 2 .
2. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge vigenti nelle materie oggetto del contratto di sponsorizzazione, nonché le norme del codice civile, in quanto compatibili.

### **Art. 21**

#### ***Entrata in vigore***

1. Il presente regolamento entra in vigore, ai sensi dell'articolo 80, comma 3, dello statuto comunale, ad intervenuta esecutività delle deliberazione consiliare di approvazione.

\*\*\*\*\*



## INDICE

Art. 1 – Oggetto e finalità	pag. 1
Art. 2 – Ambito di applicazione	pag. 1
Art. 3 – Definizioni	pag. 1
Art. 4 – Contenuto della sponsorizzazione	pag. 1
Art. 5 – Vincoli	pag. 2
Art. 6 – Individuazione delle iniziative oggetto di sponsorizzazione	pag. 2
Art. 7 – Iniziativa diretta o per azione di terzi	pag. 2
Art. 8 – Procedure di sponsorizzazione ad iniziativa del Comune	pag. 3
Art. 9 – Criteri di selezione	pag. 4
Art. 10 – Esame e valutazione delle offerte – Individuazione dello sponsor	pag. 4
Art. 11 – Diritto di rifiuto	pag. 4
Art. 12 – Procedura di sponsorizzazione su azione di terzi	pag. 4
Art. 13 – Contratto di sponsorizzazione	pag. 5
Art. 14 – Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento di incarico di ricerca di sponsor	pag. 6
Art. 15 – Disposizioni particolari in materia di sponsorizzazioni riguardanti l'attività di progettazione e di realizzazione di opere e lavori, di forniture e di servizi	pag. 6
Art. 16 – Verifiche e controlli	pag. 6
Art. 17 – Aspetti fiscali	pag. 6
Art. 18 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	pag. 7
Art. 19 – Norma transitoria	pag. 7
Art. 20 – Norme finali e di rinvio	pag. 7
Art. 21 – Entrata in vigore	pag. 7