

**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA**  
**GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**  
**APPROVATO CON DELIBERA C.C. N. 18**  
**DEL 04.04.2008**

## ART. 1

### OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina la possibilità di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.
2. Il presente regolamento 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.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Galatone.

## ART. 2

### DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

- per contratto di sponsorizzazione, un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un predeterminato corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
- per sponsorizzazione, ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- per sponsor, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- per “sponsee”: il soggetto che assume, dietro corrispettivo, l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello sponsor.
- per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

## ART. 3

### ACCORDI DI COLLABORAZIONE: DEFINIZIONE

Gli accordi di collaborazione si hanno qualora lo sponsor, o c.d. “collaborante”, investa rilevanti somme di denaro a vantaggio del Comune e ne ricavi, oltre al ritorno pubblicitario di cui al precedente articolo, anche una redditività specifica direttamente dal bene o servizio oggetto

della collaborazione, mediante gestione diretta per un periodo di tempo prestabilito, necessario a determinare un adeguato ritorno economico finanziario delle somme erogate.

#### **ART. 4**

##### **IL COMUNE COME SPONSEE**

1. Con l'approvazione del presente regolamento il Consiglio Comunale autorizza in via generale la Giunta ad avvalersi di sponsorizzazioni/collaborazioni per il conseguimento di finalità di interesse pubblico.
2. La Giunta nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune di Galatone il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni/collaborazioni, in via generale con l'approvazione del PEG e successive variazioni, e per iniziative specifiche con apposite deliberazioni.
3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai commi precedenti sono demandate alla esclusiva competenza del Dirigente del Servizio interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina.

#### **ART. 5**

##### **SCELTA DELLO SPONSOR**

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso ovvero a mezzo di trattativa privata qualora la natura, l'oggetto della sponsorizzazione e le modalità di realizzazione della stessa siano tali da escludere il ricorso a procedure ad evidenza pubblica. E' possibile l'affidamento a trattativa privata diretta quando il valore complessivo della sponsorizzazione non superi € 20.000 IVA esclusa, ai sensi dell'art.5, comm3 del DPR 384/2001.
2. All'avviso è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio e inserimento nel sito internet del Comune; inoltre, è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:
  - a) l'iniziativa, in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario, compresa nell'elenco delle iniziative annuali specifiche definite con apposito provvedimento ovvero complementare al normale corso delle iniziative o interventi posti in essere in base agli stanziamenti disposti nel bilancio e/o nel PEG ;
  - b) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune; progetto di sponsorizzazione;
  - c) l'esatta determinazione
  - d) la durata della sponsorizzazione;
  - e) le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
  - f) i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:
  - a. il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
  - b. il corrispettivo della sponsorizzazione;
  - c. l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
5. All'offerta deve essere allegata una autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
  - a. di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;

- b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
  - c. nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
  - d. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
6. Nel caso l'offerta sia fatta da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 5 riferita a sé stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.
7. Nel caso l'offerta sia fatta da un ente pubblico, deve essere allegata un'autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
  - a. il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
  - b. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
8. L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria del competente ufficio, è approvata con atto deliberativo della Giunta Comunale.
9. Ove pervengano più offerte, con l'atto di Giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
10. La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor.
11. Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

## **ART. 6**

### **PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal dirigente responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal dirigente stesso.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività del Comune, compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente.
3. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:
  - a. il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
  - b. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
  - c. la durata del contratto di sponsorizzazione;
  - d. il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
  - e. la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
4. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.
5. Il contratto si intende risolto qualora cause eccezionali non consentano la realizzazione dell'iniziativa; in tal caso le parti convengono di definire consensualmente i reciproci rapporti.

6. Al termine del contratto, lo sponsor è tenuto alla rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a proprio carico.

## **ART. 7**

Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche

1. Vista la determinazione dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici n. 24/2001, l'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche l'esecuzione, la progettazione, la direzione lavori, il collaudo, le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. In virtù di quanto sancito dall'art. 2 del D.Lgs. 22/01/2004 n. 30, relativo agli interventi sui beni culturali realizzati mediante sponsorizzazione, non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di appalti di lavori pubblici ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e dei soggetti esecutori.
3. I contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
4. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia (DPR n. 34/2000).
5. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia (DPR n. 34/2000).
6. L'Amministrazione provvederà ad effettuare adeguata sorveglianza e vigilanza in merito.

## **ART. 8**

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni e dalle collaborazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione/collaborazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
  - a. sono destinati implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 nelle seguenti misure
    - per sponsorizzazioni di importo inferiore o uguale a € 2.600 nella misura del 10%;
    - per sponsorizzazioni di importo compreso tra € 2.600 e € 5.200 nella misura del 15%;
    - per sponsorizzazioni di importo maggiore a € 5.200 nella misura del 10 %.
  - b. sono destinati implementazione del fondo di retribuzione di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 nelle seguenti misure:

- per sponsorizzazioni di importo inferiore o uguale a € 2.600 nella misura del 10%;
  - per sponsorizzazioni di importo compreso tra € 2.600 e € 5.200 nella misura del 15%;
  - per sponsorizzazioni di importo maggiore a € 5.200 nella misura del 10 %.
- c. la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali o costituisce economia di bilancio, in base agli indirizzi di volta in volta definiti dalla Giunta.
3. La ripartizione dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata rispettivamente per il Personale Dipendente e la Dirigenza

## **ART. 9**

### Casi esclusi

1. Il Comune rifiuta qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:
  - a. ritenga che possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
  - b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - c. sia in corso con l'offerente una controversia legale;
  - d. reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
  - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c. messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. 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 tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
  - d. Pubblicità ingannevole.
4. Il Dirigente del Servizio è tenuto, prima della stipula del contratto, ad esaminare il contenuto dei messaggi pubblicitari al fine di evitare il verificarsi dei casi di cui ai precedenti commi. Ove detti casi si verificassero comunque, il contratto eventualmente stipulato è risolto di diritto, fatto salvo il risarcimento dei danni, anche di immagine, per il Comune.
5. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che abbiano in atto controversie e conflitti di natura giuridica con il Comune.

## **ART.10**

### Trattamenti 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. n. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il Comune di Galatone in persona del Responsabile del settore coinvolto.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

## **Art. 11**

### Aspetti fiscali

1. La prestazione di promozione dell'immagine dello sponsor genera l'emissione di fattura.
2. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
3. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma 2.

## **Art. 12**

### Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni e le collaborazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza 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.

## **Art. 13**

### Riserva organizzativa

7. La gestione delle sponsorizzazioni e delle collaborazioni è effettuata direttamente dal Comune di Galatone secondo la disciplina del presente regolamento.
1. È 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**

### Norme transitorie

2. Sono fatte salve le richieste già pervenute e/o gli accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento.

## **Art. 15**

### Spese contrattuali

3. Le spese per la stipulazione del contratto di sponsorizzazione/collaborazione sono a carico dello sponsor.

## **ART.16**

### Disposizioni Finali

1. Il presente regolamento entra in vigore dopo la ripubblicazione presso l'Albo Pretorio Comunale, ad avvenuta esecutività della presente deliberazione dal quindicesimo giorno.



L'Amministrazione di Galatone, settore \_\_\_\_\_  
visto il proprio vigente regolamento per le sponsorizzazioni, approvato con  
deliberazione di C.C. n. \_\_ del \_\_\_\_\_ e della deliberazione/determina n. \_\_ del  
\_\_\_\_\_,

## RICERCA

Uno sponsor per pubblicizzare attività come di seguito descritto:

---

---

---

- a) Scopo della sponsorizzazione, (*che ex art. 43 co. 1 della L. 449/97 può riguardare:*
- *lo sviluppo dell'innovazione nell'organizzazione amministrativa;*
  - *la realizzazione di maggiori economie;*
  - *il miglioramento della qualità dei servizi prestati all'utenza.*)
- b) Vantaggi per lo sponsor. (*Fra i vantaggi, la deducibilità dei costi connessi alla sponsorizzazione, considerati alla stregua delle spese di pubblicità, come confermato dal disposto della risoluzione ministeriale n. 9/204 del 17/6/92.*)
- c) Tipo di contratto (contratto di sponsorizzazione, accordo di collaborazione, convenzione)
- d) Diritti e Obblighi per il Comune
- e) Diritti e Obblighi per lo Sponsor
- f) Criteri di valutazione delle proposte
- g) Modalità di presentazione delle proposte
- h) Procedure di verifica e controllo sull'andamento dei contratti stipulati
- i) Informazioni e chiarimenti *con specifica indicazione del responsabile del progetto di sponsorizzazione.*

Galatone \_\_\_\_\_

Il Responsabile di Settore

\_\_\_\_\_

## CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Il giorno \_\_\_\_\_ del mese \_\_\_\_\_ dell'anno \_\_\_\_\_, in Galatone presso la sede  
\_\_\_\_\_

TRA

il Comune di Galatone, sopra generalizzato, rappresentato da \_\_\_\_\_, di seguito  
indicato anche sponsee

E

Il/la Sig. Sig.ra \_\_\_\_\_, legale rappresentante di \_\_\_\_\_, di seguito  
indicato sponsor,

VISTO

il vigente regolamento comunale per le sponsorizzazioni, approvato con deliberazione di C.C. n. \_\_\_  
del \_\_\_\_\_  
e la deliberazione/determina n. \_\_\_ del \_\_\_\_\_, con la quale è stata accettata la proposta avanzata da  
\_\_\_\_\_

SI STIPULA

il seguente contratto:

### ARTICOLO 1 - OGGETTO

Il Comune conferisce allo sponsor incarico per la sponsorizzazione della seguente attività ( o  
iniziativa):

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### ARTICOLO 2 - OBBLIGHI DELLO SPONSOR

Lo sponsor pagherà al Comune la somma di € \_\_\_\_\_, mediante versamento in unica soluzione  
anticipata,

(oppure)

fornirà al Comune il seguente servizio (\_\_\_\_\_)

### ARTICOLO 3 – OBBLIGHI DEL COMUNE

Il Comune consentirà allo sponsor

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### ARTICOLO 4 – DURATA

Il presente contratto avrà durata da \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_

Oppure

per tutto il periodo della manifestazione \_\_\_\_\_

#### **ARTICOLO 5 – RESPONSABILITA'**

Lo sponsor è direttamente responsabile per le eventuali conseguenze derivanti dal messaggio pubblicitario espresso, liberando a tal fine il Comune per ciò che ne concerne la veridicità o altre modalità connesse.

#### **ARTICOLO 6 – CONTROVERSIE**

Tutte le controversie derivanti dalla attuazione del presente contratto saranno devolute alla competenza del Foro di Lecce

#### **ARTICOLO 7 – DISPOSIZIONI FINALI**

Il presente contratto viene redatto in bollo, è soggetto ad IVA e verrà registrato in caso d'uso.  
Sono a carico dello sponsor tutte le spese relative alla redazione.

Il Responsabile di Settore