



COMUNE DI COMABBIO  
PROVINCIA DI VARESE

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE  
SPONSORIZZAZIONI DEL COMUNE DI COMABBIO**

**ALLEGATO ALLA DELIBERAZIONE DEL C.C. N.14 DEL 27.04.2016**

## INDICE

Art. 1 – Finalità

Art. 2 – Destinatari

Art. 3 – Definizioni

Art. 4 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Art. 5 – Individuazioni delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 6 – Responsabilità

Art. 7 – Contratto di sponsorizzazione

Art. 8 – Utilizzo degli introiti derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 9 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 10 – Trattamento dei dati personali

Art. 11 – Aspetti contabili e fiscali

Art. 12 – Verifiche e controlli

Art. 13 – Entrata in vigore

## **Art. 1 Finalità**

Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e nell'art. 119 del D.lgs. 267/2000, nonché delle norme contenute nel Codice dei Contratti, d.lgs 163/2006 e smi.

Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

## **Art. 2 Destinatari**

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, Enti, associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni o beni; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio.

## **Art. 3 Definizioni**

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- Per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Comabbio offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- Per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria attività, la ragione sociale o specifiche attività legate all'oggetto sociale.
- Per "sponsor": i soggetti di cui all'art. 2 che intendono stipulare un contratto di sponsorizzazione secondo le disposizioni di legge in vigore.
- Per "oggetto della sponsorizzazione": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Comabbio per la pubblicità dello sponsor.
- L'obbligazione dello "sponsorizzato" costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine.

## **Art. 4 Procedura di Sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante selezione ad evidenza pubblica, secondo quanto stabilito dalla vigente disciplina dei contratti.

2. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:

- In caso sia stata esperita senza esito la procedura ad evidenza pubblica di cui al paragrafo precedente;
- In casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
- Nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore alla soglia comunitaria.

3. Nei casi di sponsorizzazioni che hanno un valore oltre la soglia comunitaria, la ricerca degli sponsor è pubblicizzata mediante pubblicazioni all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio a soggetti potenzialmente interessati all'iniziativa e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato (o progetto di sponsorizzazione).

- l'esatta determinazione della forma/spazio pubblicitario da concedere;
  - le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
5. Le offerte devono essere presentate per iscritto e devono contenere:
- il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o nel progetto di Sponsorizzazione;
  - l'indicazione dei contenuti del messaggio pubblicitario che si intende proporre nella sponsorizzazione;
  - la valutazione economica della sponsorizzazione;
  - l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- 1) l'inesistenza delle condizioni che impediscono di contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e ss. della legge n. 689 del 24/11/1981, e di ogni altra situazione considerata pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- 2) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- 3) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se ditte individuali).

Per le persone giuridiche le autocertificazioni sopra elencate sono riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, i quali devono presentare idonea certificazione attestante la propria carica sociale a norma del DPR 445/2000.

Per le persone giuridiche è sufficiente anche la sola presentazione del certificato rilasciato dalla C.C.I.A.A. con dicitura antimafia e dettaglio degli organi amministrativi in essere.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio competente espressamente indicato nell'avviso pubblico, nel rispetto dei criteri indicati nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione.

Sono, in ogni caso, escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- pubblicità diretta e collegata alla distribuzione o produzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo Sponsor e dal Responsabile del Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

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

Le iniziative di sponsorizzazione vengono individuate nel corso dell'anno dalla Giunta Comunale che può formulare indirizzi specifici al Responsabile per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria.

#### **Art. 6 - Responsabilità**

Il Comune di Comabbio è sollevato da qualsiasi responsabilità di natura civile o penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività di promozione e pubblicità da parte dello sponsor.

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

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono stabiliti, in particolare:

- 1) il diritto dello sponsor in base alla sponsorizzazione;
- 2) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- 3) gli obblighi assunti dallo sponsor.

#### **Art 8 - Utilizzo degli introiti derivanti dalle sponsorizzazioni**

Gli introiti derivanti dai contratti di sponsorizzazione, determinati quale differenza tra il valore monetario della sponsorizzazione e gli oneri diretti effettivi sostenuti dall'ente per lo svolgimento dell'attività di veicolazione, sono destinati al finanziamento di iniziative istituzionali.

Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento dovrà avvenire, di norma, almeno nella misura del 50% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata. Se richiesto dal Comune, lo Sponsor deve prestare apposita garanzia fidejussoria per il pagamento del corrispettivo dovuto a saldo, costituita mediante fidejussione bancaria o polizza assicurativa.

#### **Art 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

Il Responsabile del Servizio interessato dalla sponsorizzazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, e di verificare che la proposta di sponsorizzazione non sia contraria ai principi morali, educativi, estetici, di impatto ambientale oltre che della difesa dei più diffusi interessi meritori di tutela da parte dell'Ente.

#### **Art 10 - Trattamento dei dati personali**

Il Comune utilizzerà i dati personali dello sponsor per il conseguimento delle finalità del contratto di sponsorizzazione.

I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento.

I dati verranno trattati in conformità alle attuali normative di riferimento (L. 196/03).

#### **Art 11 - Aspetti Contabili e Fiscali**

I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.R.O. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate, i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.

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

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte degli Uffici competenti per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

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.

#### **Art 13 - Entrata in vigore**

Il presente regolamento entra in vigore 10 giorni dopo la pubblicazione all'Albo pretorio della deliberazione approvata.

