

COMUNE DI DOLO



REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con delibera di Consiglio Comunale n. 24 del 28.02.2023

INDICE

Art. 1 - Oggetto e finalità

Art. 2 - Definizioni

Art. 3 - Destinatari e Condizioni del contratto

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione ed individuazione dello sponsor

Art. 5 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

Art. 6 - Esclusioni oggettive e soggettive

Art. 7 - Accordo di sponsorizzazione

Art. 8 - Esenzioni ed agevolazioni in materia di tributi locali

Art. 9 - Verifiche e controlli

Art. 10 - Clausola di tutela

Art. 11 - Trattamento dati personali

Art. 12 - Entrata in vigore

Art. 1 - Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni contenute:

- nell'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990;
- nell'art. 43 della legge 449/1997;
- nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000;
- nell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004;
- nell'art. 19 del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando:

- una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
- una migliore qualità nei servizi e nelle prestazioni erogati alla collettività;
- economie di spesa grazie alla ottimizzazione della spesa ottenuta attraverso la realizzazione di economie nel bilancio comunale e attraverso il finanziamento di lavori, forniture e servizi che non trovano copertura finanziaria ordinaria;

3. Il presente Regolamento stabilisce e disciplina i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor da parte del Comune di Dolo per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.

4. Le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente Regolamento, si svolgono nel rispetto delle disposizioni della normativa vigente.

Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini della presente disciplina si intende:

a) per "**sponsorizzazione**" ogni corrispettivo in denaro (sponsorizzazione finanziaria), ovvero realizzazione di lavori pubblici, prestazione di servizi o forniture di beni (sponsorizzazione tecnica), proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili ovvero un beneficio d'immagine. Pertanto, la sponsorizzazione a favore dell'Ente può avere ad oggetto:

- I. la fornitura di materiale/attrezzature/beni;
- II. la realizzazione di un'opera o di un lavoro;
- III. la fornitura di una prestazione di servizio;
- IV. la gestione di un'opera o di un'area;
- V. la gestione di un servizio;
- VI. una somma di denaro;
- VII. la realizzazione e la gestione di un'opera, di un'area, di eventi ed attività;
- VIII. la manutenzione, ristrutturazione e il restauro di un'area, dell'arredo urbano e di beni immobili comunali nel rispetto della normativa vigente.

La sponsorizzazione può prevedere anche un corrispettivo "misto" finanziario e tecnico;

b) per "**contratto di sponsorizzazione**" – (di seguito denominato "contratto") un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Istituzione (*sponsee*) offre, nell'ambito di iniziative di pubblico interesse (es. iniziative culturali, sociali, ricreative e altro), a un terzo (*sponsor*) – che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro ovvero a realizzare lavori pubblici, prestare servizi o fornire beni – la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi (secondo quanto previsto dal vigente regolamento comunale per la disciplina degli impianti di pubblicità o propaganda e degli altri mezzi pubblicitari sulle strade e sulle aree pubbliche o di uso pubblico), il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal contratto. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa per il Comune;

c) per "**sponsor**" ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D. Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione o il soggetto pubblico che

- intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) per “**sponsee**” il soggetto sponsorizzato, cioè il Comune di Dolo;
- e) per “**spazio pubblicitario**”: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'amministrazione per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3 - Destinatari e Condizioni del contratto

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi, con soggetti pubblici o privati, sia individualmente che in forma associata o aggregata, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, iniziative, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività anche inseriti nei programmi gestionali e di spesa dell'ente.
2. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) il perseguimento di interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
 - c) il conseguimento di un corrispettivo in denaro, un aumento della qualità del servizio reso ovvero un risparmio di spesa.

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione ed individuazione dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura a evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione della documentazione di gara nel rispetto delle vigenti disposizioni legislative e regolamentari. Il Comune ammette più sponsorizzazioni per uno stesso evento salvo il caso di riconoscimento di un diritto di esclusiva a favore dello sponsor o qualora la Giunta intenda comunque procedere ad una selezione delle offerte.
2. Le proposte di sponsorizzazione a **iniziativa dello sponsor** sono a produzione libera. Valutata l'opportunità e la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento da parte della Giunta Comunale, il Responsabile dell'Ufficio avvia la procedura a evidenza pubblica. Nel caso di selezione degli sponsor o di riconoscimento del diritto di esclusiva, la documentazione di gara dovrà indicare come importo minimo a base della selezione quello offerto dall'originario soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a parità di condizioni a favore di quest'ultimo.
3. Le proposte di sponsorizzazione a **iniziativa dello sponsee** avvengono mediante procedura a evidenza pubblica. Della documentazione di gara è data pubblicità mediante l'inserimento nel sito internet dell'amministrazione per almeno trenta giorni salvo diverse disposizioni di legge, oltre all'invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute, di volta in volta, più convenienti ed adeguate in funzione di una maggiore conoscenza dell'intendimento dell'ente di procedere alla scelta dello sponsor e della conseguente partecipazione dei soggetti interessati.
4. La documentazione di gara deve contenere:
 - L'indicazione dell'oggetto e gli obiettivi della sponsorizzazione;
 - I requisiti di partecipazione alla procedura selettiva, compresi gli obblighi in materia di sicurezza e quelli assicurativi;
 - Gli obblighi dello sponsor;
 - L'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - Le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta;
 - L'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
 - Nel caso di selezione o riconoscimento del diritto di esclusiva i criteri di aggiudicazione;
 - Le opportunità per lo sponsor e le modalità per la veicolazione della sua immagine.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, deve indicare:
 - Il bene, il servizio, l'intervento, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - L'espressa accettazione delle condizioni previste nell'avviso.
6. L'offerta deve essere accompagnata dalla specifica documentazione eventualmente richiesta nella documentazione di gara o nel relativo capitolato speciale, necessaria a

comprovare la capacità tecnica ed economica dello sponsor, nonché da:

a) l'oggetto della sponsorizzazione; b) il corrispettivo e la sua quantificazione; c) il nome o il logo, marchio e prodotto che si intende pubblicizzare e le modalità di promozione; d) l'accettazione delle condizioni richieste dall'Amministrazione; e) l'assunzione di obblighi e responsabilità connesse alla sponsorizzazione; f) le autocertificazioni attestanti l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrarre con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata da questo regolamento pregiudizievole.

7. L'offerta deve porre a carico dello sponsor l'impegno ad assumersi tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

8. Trascorso il periodo di pubblicazione, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti. Per la suddetta valutazione ci si potrà avvalere di apposita commissione comunale interna di nomina dirigenziale. I criteri di aggiudicazione sono i seguenti: a) maggiore valore economico nel caso di singola sponsorizzazione in termini di denaro o di prestazione; b) offerta economicamente più vantaggiosa nel caso di sponsorizzazione con più prestazioni e realizzazioni; c) profili tecnici della proposta; d) termine di consegna o di esecuzione; e) durata.

Qualora a seguito delle procedure non siano state presentate alcuna offerta o alcuna offerta valida si può procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione, previa verifica dei requisiti richiesti e previa valutazione della congruità e della convenienza della proposta.

9. L'affidamento diretto è comunque ammesso per contratti di importo inferiore o pari alla soglia prevista dall'art. 36 del Codice dei contratti pubblici.

10. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del procedimento. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario o, comunque, del veicolo diffusivo espressamente indicato nel capitolato.

Art. 5 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione promosse su iniziativa dell'Amministrazione sono individuate e programmate dalla Giunta comunale, che nel corso dell'anno può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di sponsorizzazioni, individuando altresì spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

2. L'Amministrazione comunale esercita i poteri di sorveglianza al fine di garantire il rispetto del contratto di sponsorizzazione e della normativa vigente, impartendo le opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione delle attività.

Art. 6 - Esclusioni oggettive e soggettive

1. L'ente non può accogliere la proposta di sponsorizzazione qualora:

a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;

b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;

c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse o discriminatori;

d) sia necessario garantire la posizione di neutralità dell'Amministrazione;

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o comunque a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo;

c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia;

d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che non sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D. Lgs. 50/2016, per quanto applicabile.

Art. 7 - Accordo di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito accordo, redatto nella forma di scrittura privata, nel quale sono necessariamente stabiliti:

- a) l'oggetto e le finalità dell'accordo di sponsorizzazione;
- b) il diritto dello sponsor, in via "esclusiva" o "non esclusiva", all'utilizzazione dello spazio pubblicitario o, comunque, del veicolo diffusivo;
- c) le modalità di promozione, di comunicazione e di pubblicità; i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, nonché di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefit, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
- d) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- e) la durata dell'accordo di sponsorizzazione;
- f) le verifiche contrattuali da parte del Comune e le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 8 – Esenzioni ed agevolazioni in materia di tributi locali

Il Comune, nei limiti delle risorse disponibili e della normativa vigente in materia tributaria, può disporre esenzioni di specifici tributi nell'ambito delle obbligazioni previste nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 9 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del responsabile del procedimento, 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 contestate allo sponsor. La contestazione e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto.

Art. 10 - Clausola di tutela

Il contratto deve prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'amministrazione. In particolare il contratto deve almeno contenere gli obblighi assunti dal Comune di Dolo e dallo sponsor o dai soggetti da lui delegati, nonché le relative sanzioni in caso di eventuale inadempimento (clausola di tutela), ed indicare la facoltà dell'Ente di recedere unilateralmente per sopravvenuti motivi di interesse pubblico.

Art. 11 - Trattamento dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste. I soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D. Lgs. 196/03 e s.m.i dal Regolamento 2016/679/UE – GDPR in materia di protezione di dati personali. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Dolo. I dati trattati in conformità alle norme vigenti, dagli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del medesimo regolamento.

Art. 12 - Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo alla esecutività del provvedimento di adozione.