

**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA  
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E DEGLI  
ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

(approvato con delibera di C.C. 173 del 13-11-2007)

Articolo 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali approvato con D. Lgs. 18.8.2000, n. 267, la procedura delle sponsorizzazioni e degli accordi di collaborazione 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.
2. Sono escluse dalla disciplina del presente regolamento le erogazioni liberali, anche modali, in danaro, beni e servizi, fatte a favore del Comune da enti, soggetti imprenditoriali e privati, per lo svolgimento dei suoi compiti istituzionali; a dette fattispecie si applicano le norme del codice civile e le altre disposizioni di legge in vigore.

Articolo 2 – Contratto di sponsorizzazione - Definizioni e presupposti

1. Ai fini del presente contratto si intende:

- a) per contratto di sponsorizzazione (di seguito denominato “contratto”) un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l’Amministrazione comunale (sponsee) offre, nell’ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative ed altro, ad un terzo (sponsor) – che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in danaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito – la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal contratto;
- b) per sponsorizzazione ogni corrispettivo in danaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali e/o in servizi) diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti o servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
- c) per sponsor il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l’impresa, l’associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;

- d) per sponsee il soggetto sponsorizzato, cioè l'Amministrazione comunale;
  - e) 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.
2. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in danaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un'iniziativa di pubblico interesse.

### Articolo 3 – Accordi di collaborazione – Definizioni

1. Gli accordi di collaborazione si hanno quando lo sponsor investe rilevanti somme di danaro 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.

### Articolo 4 – Il Comune come sponsee

1. Il Comune di Pescara può avvalersi di sponsorizzazioni o accordi di collaborazione per il conseguimento di finalità di interesse pubblico, assumendo la veste di sponsee.

2. La Giunta comunale, nel rispetto del presente regolamento autorizza il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazione o accordo di collaborazione, in via generale con l'approvazione del Piano Esecutivo di Gestione (PEG) e, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni.

3. Le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui al presente articolo sono demandate alla competenza del dirigente del Settore competente o di competenza prevalente.

## Articolo 5 – Condizioni

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione ovvero agli accordi di collaborazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento di pubblico interesse;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento dei vantaggi di cui all'art. 2, comma 2.

## Articolo 6 – Individuazione delle iniziative

1. Il contratto di sponsorizzazione/collaborazione è finalizzato a realizzare o acquisire a titolo gratuito beni, attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio. La sponsorizzazione/collaborazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
  - eventi e manifestazioni di carattere sportivo, culturale, ambientale, sociale e di promozione turistica per i quali vengono stampati inviti, manifesti ed opuscoli divulgativi;
  - utilizzo di spazi all'interno delle sedi comunali (bacheche, ascensori, ecc.)
  - utilizzo di spazi su documentazione del Comune (materiale divulgativo, pubblicazioni, carta intestata, buste intestate, ecc.)
  - attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche
  - manutenzione e restauro di edifici di proprietà, aree verdi, beni culturali ecc.
  - inserimento sul portale istituzionale del Comune (link al sito dell'azienda, banner pubblicitario ecc.)

- fornitura di beni ( arredi, attrezzature informatiche ecc.)
- 2. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.
- 3. La sponsorizzazione finalizzata alla realizzazione di un'opera pubblica è preceduta, se del caso, dall'inserimento nella programmazione triennale e annuale delle opere pubbliche secondo le vigenti norme di legge.

#### Articolo 7 – Procedure di selezione dello sponsor

1. La ricerca dello sponsor da parte dell'Amministrazione è effettuata secondo la procedura negoziata della trattativa privata.
2. La trattativa privata è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso all'albo pretorio, all'inserimento nel sito internet del Comune e, comunque, da adeguate forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti, al fine di stimolare l'interesse dei privati a conoscere o ad assumere la sponsorizzazione di cui trattasi.
3. Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili e degli eventi che si prevede di realizzare, l'Amministrazione può predisporre apposito avviso pubblico

annuale per conseguire il finanziamento relativo agli eventi che siano programmabili all'inizio dell'anno.

4. L'avviso di cui ai commi 2 e 3 reca in particolare:

- l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa culturale oggetto di sponsorizzazione;
- l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
- le modalità e i termini della presentazione dell'offerta;
- l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione.

5. Ove pervenga all'Amministrazione, da parte di un soggetto sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata di un determinato evento, l'Amministrazione stessa, valutata l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito avviso pubblico che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procede, tramite selezione delle proposte pervenute, alla individuazione dell'aggiudicatario, sulla base dei criteri prestabiliti che tengano conto di elementi qualitativi, oltre

che del prezzo. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In questo caso il promotore risulterà aggiudicatario.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare almeno:

- l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
- il corrispettivo della sponsorizzazione.

7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte da soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza, attestanti:

. per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

- a) l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrarre con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore).

. per i soggetti pubblici: il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

8. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e le relative autorizzazioni.
9. Si potrà procedere all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:
  - a) qualora siano state esperite, senza esito, le procedure di cui ai commi 1, 2, 3 e 4;
  - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
  - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 20.000,00 con esclusione dell'IVA.
10. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con determinazione del dirigente competente per materia.
11. Ove pervengano più offerte, esaurita la fase di selezione secondo quanto stabilito negli articoli precedenti, viene approvata, con apposito atto dirigenziale, la graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
12. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri fissati nell'avviso, anche in ragione

dell'immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno della pubblicizzazione dell'evento.

Articolo 8 - Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori ed il collaudo per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. Nei casi di cui al comma 1, non trovano applicazione le disposizioni in materia di appalti di lavori pubblici, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e dei soggetti esecutori.
3. I contratti 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.

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.
6. L'Amministrazione comunale provvede ad effettuare tramite il Responsabile Unico del Procedimento adeguata sorveglianza e vigilanza in merito.

#### Articolo 9 - Utilizzo dei risparmi di spesa

1. Le somme già previste in bilancio di previsione, nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni/collaborazioni che risultino non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa e sono certificate dal Collego dei Revisori dei Conti.
2. I risparmi di cui al comma 1 sono utilizzati per le seguenti finalità:
  - nella misura del 30 % a titolo di implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, da destinare prioritariamente al personale del Settore che abbia determinato l'economia di spesa;

- la restante parte del 70 % è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali o costituisce economia di bilancio, in base agli indirizzi di volta in volta stabiliti dalla Giunta.

## Articolo 10 – Esclusione dai contratti di sponsorizzazione e di collaborazione

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione e collaborazione oggetto del presente regolamento quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione comunale o che esercitino attività in situazioni di conflitto d'interesse con l'attività pubblica.

## Articolo 11 - Facoltà di rifiuto

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
  - ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;

- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
  - la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto le finalità di seguito indicate a titolo indicativo e non esaustivo:
- di propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - di pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Il dirigente competente è tenuto, prima della stipula del contratto, ad esaminare il contenuto del messaggio pubblicitario al fine di evitare il verificarsi dei casi di cui al comma precedente. Ove detti casi avessero comunque a verificarsi, il contratto eventualmente stipulato è risolto di diritto, fatto salvo il risarcimento del danno, anche di immagine, per il Comune.

Articolo 12 - Contratto

1. Il ricorso da parte dell'Amministrazione alle forme di sponsorizzazione/collaborazione previste dal presente regolamento è formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale sono stabiliti:
  - a. l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
  - b. il diritto alla utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
  - c. le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali *benefits*, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
  - d. l'individuazione dell'ambito dei destinatari di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor;
  - e. la durata del contratto di sponsorizzazione. Se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato, continuata nel tempo, il contratto deve essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata;
  - f. gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'Amministrazione;

- g. il corrispettivo della sponsorizzazione;
  - h. la specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione;
  - i. le modalità procedurali, le garanzie richieste e le responsabilità;
  - j. le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.
2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione comunale.

### Articolo 13 – Versamento e utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Fatta esclusione dei casi di cui al comma 2 e salvo diverso accordo fra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito nella misura del 30% al momento della sottoscrizione del contratto presso la tesoreria comunale e nella misura del restante 70% a conclusione dell'evento. A garanzia di detto importo, quale condizione essenziale per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo sponsor dovrà costituire, sempre al

- momento della sottoscrizione del contratto, apposta polizza fidejussoria a favore dell'Amministrazione comunale.
2. Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione al soggetto organizzatore dell'evento, lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, previo nulla osta dell'Amministrazione comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.
  3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, *ipso jure*, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione comunale sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

#### Articolo 14 – Aspetti fiscali

1. Il valore della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma direttamente erogata ovvero al valore dei beni e/o servizi forniti dallo sponsor.
2. Nel caso contemplato al comma 2 dell'articolo 13 del presente regolamento, gli aspetti fiscali sono regolati tra lo sponsor ed il soggetto terzo.

3. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina dell'IVA secondo le previsioni dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

#### Articolo 15 – Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' 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.

#### Articolo 16 – Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte dell'Amministrazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti specificamente nel contratto di sponsorizzazione.

#### Articolo 17 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti nell'ambito di una procedura di sponsorizzazione sono trattati esclusivamente per le finalità dalla stessa previste.
2. I soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del decreto legislativo 196/2003.
3. Il Comune non può comunicare dati personali allo sponsor, se non nei casi espressamente previsti dalla legge.

#### Articolo 18 – Osservatorio

1. Per un monitoraggio sull'efficacia degli effetti applicativi del presente regolamento, entro sei mesi dall'entrata in vigore dello stesso, è istituito, con provvedimento del sindaco, un osservatorio formato da rappresentanti degli uffici maggiormente interessati dalle sponsorizzazioni.

2. E' fatto obbligo, in capo ad ogni struttura comunale, curare la trasmissione di *reports* semestrali relativi all'acquisizione di sponsorizzazioni oggetto del presente regolamento.
3. L'osservatorio redige annualmente una reazione analitica sull'ammontare, l'origine e l'utilità dei contratti di sponsorizzazione.

#### Articolo 19 – Controversie

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è deferita ad un collegio di tre arbitri, i quali giudicheranno quali amichevoli compositori. Uno dei giudici privati sarà nominato dal Comune e l'altro dallo sponsor, mentre il terzo, che fungerà da presidente, sarà nominato dalle parti congiuntamente ovvero, in caso di disaccordo, dal presidente del Tribunale di Pescara. L'arbitrato avrà sede in Pescara e sarà regolato dalle norme del codice di procedura civile vigenti in materia.

#### Articolo 20 – Norma di rinvio

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.

#### Articolo 21 – Norma transitoria

1. Sono fatte salve le richieste già pervenute e gli accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento. Si applicano, ove compatibili, le disposizioni del presente regolamento per le fasi dei singoli procedimenti ancora da attuare.

#### Articolo 22 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla ripubblicazione della deliberazione di approvazione, una volta che questa sia divenuta esecutiva ai sensi di legge.