



CITTA' DI TERAMO

“REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE”

ART. 1- Natura e funzioni del contratto di sponsorizzazione

Le norme del presente regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la “sponsorizzazione” in attuazione delle disposizioni contenute nell’art. 43 della legge 449/1997, dell’art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell’art 31 del CCNL del 22/01/’04 e dell’art. 26, comma 1, lett.b del CCNL del 23.12.1999 per l’area della dirigenza.

ART.2- Contratto di sponsorizzazione -Definizione

Il contratto di sponsorizzazione è un contratto bilaterale, a prestazioni corrispettive , in forza del quale una parte (sponsorizzato o sponsee) contro corrispettivo in denaro, beni, servizi o ogni altra utilità, s’impegna a prestazioni pubblicitarie verso l’altra parte (sponsor) in modo da consentirle di sfruttare, mediante collegamento, la propria notorietà e la risonanza delle attività e degli eventi che ad essa fanno capo, al fine di promuovere fra il pubblico la conoscenza del nome, del marchio e/o dei prodotti dello sponsor.

Il contratto di sponsorizzazione, in quanto atipico, è assoggettato alla disciplina più idonea sulla base della prevalenza delle prestazioni che lo sponsor si impegna ad eseguire.

ART.3- Finalità

Il Comune di Teramo intende avvalersi dell’istituto della sponsorizzazione essenzialmente:

- per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell’organizzazione tecnica e amministrativa dell’Ente;
- per realizzare economie di spesa rispetto agli stanziamenti di bilancio;
- per migliorare la qualità dei servizi prestati.

ART.4- Ambito di applicazione

1.Il Comune di Teramo ricorre, esemplificativamente, a forme di “sponsorizzazione” in relazione:

- ad attività culturali di differente tipologia;
- ad attività sportive;
- ad attività di promozione turistica;
- ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- ad interventi aventi ad oggetto opere pubbliche ex comma 6 °,art. 2,L.109/94;
- ad attività di miglioramento dell’assetto urbano;
- (residualmente) ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.



CITTA' DI TERAMO

"REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE"

ART.5- Il Comune come sponsee

1. Con il "Piano esecutivo di gestione", eventualmente integrato nel corso dell'anno, la Giunta Comunale autorizza, in via generale, le attività del Comune di Teramo per la cui realizzazione è possibile il ricorso al finanziamento tramite le sponsorizzazioni.
2. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti le iniziative di cui sopra sono demandate all'esclusiva competenza del Dirigente preposto al Settore interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso apposite determinazioni.

ART. 6- Le figure dello sponsor

1. Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:
 - qualsiasi persona fisica, purchè in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
 - qualsiasi persona giuridica avente o meno scopo di lucro o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 cod. civ.)
 - le Associazioni senza fini di lucro, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune.

ART.7- Assunzione delle iniziative

1. Le sponsorizzazioni possono avere origine:

- a) da iniziativa dell'Amministrazione Comunale;
- b) da iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art.6.

Nel primo caso, la scelta del privato contraente in veste di sponsor avverrà con le modalità di cui ai successivi articoli. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, la stessa deve essere riconosciuta e valutata, con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative, come utile e confacente agli scopi istituzionali di questo Comune. A tal fine il Dirigente preposto al Settore interessato (o maggiormente interessato) redigerà specifica relazione che, qualora positiva, sarà oggetto di apposita deliberazione.

2. Nell'ipotesi sub lett.b) non si darà luogo ad alcun confronto concorrenziale e il proponente assumerà direttamente la posizione di sponsor.



CITTA' DI TERAMO

“REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE”

ART.8- Sponsorizzazioni plurime

1. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

TITOLO II

ART.9 Modalità di scelta del contraente

La scelta dell'altro contraente avviene, di norma, a seguito di confronto concorrenziale teso a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di "sponsorizzazione".

La procedura di cui sopra viene avviata con la pubblicazione, per giorni 15, di un apposito bando all'Albo Pretorio e nel sito internet del Comune, salvo altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

L'avviso deve contenere i seguenti dati:

- a) la finalità della sponsorizzazione (miglioramento servizi, innovazione organizzativa, realizzazione di economie rispetto agli stanziamenti di bilancio, **reperimento di risorse connesse all'iniziativa**)
- b) l'oggetto e il valore della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi del contraente privato, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto.
- c) gli impegni dell'Amm.ne in ordine agli spazi pubblicitari o comunque ai supporti di veicolazione dell'informazione messi a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor ;
- d) elementi di valutazione dell'offerta e relativi punteggi (es. valore dell'offerta prodotta dall'aspirante sponsor, minor onere richiesto all'Amministrazione in riferimento alle prestazioni pubblicitarie, alle dimensioni dei cartelli pubblicitari, durata della loro esposizione, eventuale organizzazione di un evento storico) scelti di volta in volta tra quelli più consoni alla tipologia dell'iniziativa.
- e) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta ;
- f) autodichiarazione minima da rendersi da parte dei concorrenti che attestino:
 - generalità del richiedente, **se persona fisica**, e/o la ragione sociale dell'impresa **e del suo legale rappresentante**;
 - iscrizione alla C.C.I.A.A,ove prescritta;



CITTA' DI TERAMO

"REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE"

-inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica Amministrazione e di ogni situazione considerata, dall'ordinamento vigente, pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale.

ART. 10. Valutazione delle offerte

In tutti i casi in cui si proceda a confronto concorrenziale tra gli aspiranti sponsor, le offerte verranno valutate da una apposita Commissione in base agli elementi indicati nell'avviso pubblico.

La Commissione è, di norma, così composta: dal Dirigente del Settore interessato o maggiormente interessato dall'iniziativa, che assume le funzioni di Presidente, dal Dirigente che ha curato la procedura di gara e da un altro dipendente comunale nominato con provvedimento del Sindaco.

ART. 11 Contratto di sponsorizzazione-Contenuto

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

- a) l'oggetto, il valore e la finalità;
- b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario, cioè lo spazio fisico o comunque il supporto di veicolazione delle informazioni (marchio, logo, nome, attività) di volta in volta messi a disposizione dal Comune ed eventuali ulteriori prestazioni pubblicitarie o di promozione poste a carico dell'Amministrazione;
- c) la durata del contratto;
- d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- f) eventuale diritto di esclusiva della sponsorizzazione.

ART. 12. Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Le somme previste nei capitoli interessati all'iniziativa di sponsorizzazione che risulteranno non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa e saranno utilizzate, previa variazione di bilancio e di PEG, per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 20% sono destinati all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e in particolare per la produttività di cui all'art. 31 del CCNL del 22/1/2004 in favore di tutti i dipendenti che partecipano al procedimento;



CITTA' DI TERAMO

“REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE”

- b) nella misura del 5% sono destinati all'implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 per il/i dirigente/i del/i Settore/i che ha/nno operato il risparmio;
- c) nella misura del 35% sono destinati al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
- d) della restante quota del 40%, il 5% sarà destinato al salario accessorio (produttività) della generalità dei dipendenti (ad esclusione di quelli già destinatari dell'importo di cui alla lettera a); la restante quota del 35% costituisce economia di bilancio.

ART.13.Diritto di rifiuto

L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a) qualora ritenga possa derivare un conflitto d' interesse fra l' attività pubblica e quella privata;
- b) qualora non rispetti il ruolo di neutralità ed imparzialità del Comune di Teramo;
- c) qualora riguardi propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- d) qualora riguardi pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico;
- e) qualora riguardi diffusione di messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo o minaccia;
- d) ogni qualvolta l'iniziativa sia reputata inaccettabile o inopportuna.

ART. 15. Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza e la puntuale esecuzione degli adempimenti convenuti.

ART. 16. Aspetti fiscali

Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia determinato in rapporto a prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor (a meno che corrisponda un corrispettivo in danaro) quest'ultimo dovrà provvedere ad emettere fattura regolare ai fini contabili e fiscali per il medesimo importo a favore dell'Ente a titolo di sponsorizzazione e l'Amministrazione sponsorizzata, ad avvenuta effettuazione delle



CITTA' DI TERAMO

"REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE"

prestazioni o ad avvenuta fornitura dei beni, deve emettere fattura regolare ai fini contabili e fiscali, per il medesimo importo a favore dello sponsor a titolo di sponsorizzazione."