



COMUNE DI STRADELLA
PROVINCIA DI PAVIA

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI.

Approvato con deliberazione consiliare n. 16 del 20/03/2006

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI DI ATTIVITÀ E PROGETTI DEL COMUNE DI STRADELLA

TITOLO I PRINCIPI GENERALI E RIFERIMENTI

Art. 1 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:
 - a) per "sponsorizzazione" la relazione a carattere di accordo negoziale tradotta in un contratto atipico a prestazioni corrispettive con funzione di pubblicità;
 - b) per "sponsor" il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad altro soggetto, veicolatore a fini pubblicitari del segno distintivo individuato dallo sponsor stesso;
 - c) per "sponsee" il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor in modi previsti da contratto.
 - d) per "spazio pubblicitario", lo spazio fisico o il supporto per la veicolazione delle informazioni messo a disposizione dall'Amministrazione.
2. Ai fini del presente regolamento sono individuati:
 - a) come "Amministrazione", il Comune di Stradella in quanto parte di un contratto di sponsorizzazione;
 - b) come logo, marchio o segno distintivo le rappresentazioni grafiche o le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo sponsor come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale, da veicolare a fini pubblicitari.

Art. 2 Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività dell'Amministrazione dirette a realizzare, in attuazione di obiettivi definiti, sponsorizzazioni sia con ruolo di sponsor, sia con ruolo di sponsee, nonché le relative procedure.
2. L'Amministrazione operante come sponsor procede alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione non alterando il proprio ruolo di neutralità e l'imparzialità della propria azione, in conformità ai principi costituzionali e normativi vigenti, al fine di ottenere benefici d'immagine significativi dall'associazione con iniziative, attività o progetti di qualificati soggetti pubblici e privati.
3. L'Amministrazione operante come sponsee procede alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione con qualificati soggetti pubblici e privati al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi da essa erogati, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché al fine di acquisire risorse destinate a consentire risparmi di spesa.
4. L'attivazione delle procedure finalizzate alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione è

sempre preceduta da adeguata valutazione dei costi e dei benefici connessi e correlabili ed è comunque definita da specifici provvedimenti dell'Amministrazione.

Art. 3

Valenza patrimoniale delle obbligazioni assunte dallo sponsee

1. In relazione ai contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Amministrazione vale il principio per cui l'obbligazione assunta dallo sponsorizzato ha piena natura patrimoniale ai sensi dell'art. 1174 del Codice Civile .

TITOLO II

Amministrazione Comunale con ruolo di sponsor

Art. 4

Ruolo dell'Amministrazione Comunale quale sponsor

1. L'Amministrazione perviene alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione nei quali assume il ruolo di sponsor al fine di favorire la veicolazione della propria immagine o della rappresentazione di proprie politiche e strategie in altri contesti, nella prospettiva di realizzazione di forme di marketing territoriale o dei propri servizi.
2. I contratti di sponsorizzazione possono essere utilizzati dall'Amministrazione in associazione ad altri strumenti di pubblicità delle proprie attività.

Art. 5

Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione Comunale come sponsor

1. L'Amministrazione perviene alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione nei quali assume la veste di sponsor sulla base di specifiche determinazioni inerenti l'individuazione dei progetti o delle iniziative da sostenere, con esplicitazione della motivazione della scelta delle stesse in relazione al presumibile ritorno d'immagine.
2. Il contratto di sponsorizzazione stipulato ai sensi del precedente comma 1 contiene:
 - a) le configurazioni generali delle finalizzazioni del rapporto contrattuale;
 - b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee;
 - c) i profili economici della sponsorizzazione, con riferimento anche a prestazioni in luogo di corrisposizioni in denaro ;
 - d) le clausole condizionanti il rapporto;
 - e) gli strumenti di verifica dell'efficacia della sponsorizzazione per l'Amministrazione.

TITOLO III
Amministrazione Comunale con ruolo di sponsee

Art. 6
Ruolo dell'Amministrazione Comunale quale sponsee

1. L'Amministrazione opera come sponsee, in relazione a progetti, iniziative, interventi per i quali intende acquisire risorse qualificate o significativo sostegno alle proprie attività di sviluppo delle finalità istituzionali.
2. Nell'ambito dei contratti di sponsorizzazione nei quali opera come sponsee, l'Amministrazione definisce clausole operative riguardanti le proprie prestazioni per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor secondo principi di coerenza con le proprie capacità organizzative e di equilibrio rispetto ai valori della sponsorizzazione complessivamente intesi.

Art. 7
Profili procedurali generali per l'acquisizione di sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione perviene alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione previa individuazione dei qualificati soggetti che assumono la veste di sponsor.
2. La selezione degli sponsor potenziali è sollecitata con apposito avviso nelle forme dell'evidenza pubblica, salvo quanto previsto dal successivo art. 10, fatto salvo il caso in cui il valore della sponsorizzazione sia contenuta nel limite di Euro 5.000,00.
3. In presenza di proposte di sponsorizzazione concorrenti, l'Amministrazione adotta criteri selettivi.
4. Per ogni contratto di sponsorizzazione, l'Amministrazione definisce preliminarmente il valore dello stesso, esplicitando le peculiarità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento sponsorizzato/a al fine di farne rilevare la correlazione con le componenti economiche della sponsorizzazione.
5. E' facoltà dell'Amministrazione, qualora opportuno e/o conveniente, acquisire le sponsorizzazioni avvalendosi di agenzie specializzate nel campo della pubblicità.

Art. 8
Elementi necessari dell'avviso pubblico per la sollecitazione a manifestazioni di interesse per sponsorizzazioni

1. L'avviso pubblico per la sollecitazione di manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione di progetti, iniziative o interventi dell'Amministrazione è da questa predisposto con una struttura che contiene almeno i seguenti elementi:
 - a) descrizione dell'attività sponsorizzata;
 - b) valore della sponsorizzazione;
 - c) vantaggi potenziali per lo sponsor;
 - d) obblighi generali dello sponsor (tra cui l'assolvimento dell'imposta sulla pubblicità e sulle pubbliche affissioni);
 - e) forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte dello sponsee;

- f) procedure di valutazione delle proposte;
- g) passaggi per la formalizzazione del rapporto tra sponsor e sponsee.

Art. 9

Forme di pubblicizzazione della volontà dell'Amministrazione Comunale di giungere a stipulazione di contratti di sponsorizzazione

1. L'Amministrazione pubblicizza la propria volontà di stipulare contratti di sponsorizzazione mediante strumenti informativi tradizionali ed innovativi. In particolare essa può fare ricorso, secondo valutazioni di opportunità e convenienza:
 - a) ad avvisi, anche per estratto, pubblicati su quotidiani a larga diffusione;
 - b) ad avvisi resi noti ad associazioni di categoria od imprenditoriali;
 - c) ad avvisi resi noti a potenziali interessati mediante pubblicazione sul proprio e su altri siti internet;
 - d) ad avvisi diffusi con inoltro postale mirato a soggetti già in relazione con l'Amministrazione per contratti di pubblicità.

Art. 10

Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

1. L'Amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative comunali, manifestino spontaneamente la loro volontà.
2. Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

Art. 11

Regolazione dei possibili conflitti di interesse

1. L'Amministrazione non può stipulare contratti di sponsorizzazione con sponsor con i quali sussistano contrasti di interesse in relazione alla conflittualità tra la propria attività istituzionale e le attività dello sponsor stesso o il particolare segno distintivo dal medesimo utilizzato nell'ambito della sponsorizzazione .
2. Gli elementi ingeneranti conflitti di interesse possono rappresentare causa di esclusione di proposte di sponsorizzazione da confronti concorrenziali o di mancata valutazione delle stesse in relazione a manifestazioni di interesse spontanee.
3. L'Amministrazione e lo sponsor definiscono nel contratto procedure per la risoluzione di eventuali conflitti verificabili nel periodo di sviluppo della sponsorizzazione.

Art. 12

Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. L'Amministrazione definisce le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o

commerciale qualora ritenga tale opzione utile per stimolare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative .

2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicitate clausole di esclusiva:
 - a) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
 - b) commerciale, con formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
3. L'Amministrazione evidenzia la sussistenza di clausole di esclusiva generale o commerciale in tutti gli atti preliminari alla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione, in particolare per gli avvisi di sollecitazione alla presentazione di manifestazioni di interesse, nei quali devono essere comunque indicati i criteri di selezione delle proposte di sponsorizzazione concorrenti in relazione alle esclusive.
4. Qualora l'Amministrazione ritenga di non voler definire i contratti di sponsorizzazione con clausole di esclusiva ne fornisce chiara indicazione in tutti gli atti preliminari.

Art. 13

Proposte di sponsorizzazione concorrenti

1. In presenza di proposte di sponsorizzazione concorrenti ed a fronte della sussistenza di clausole di esclusiva nei relativi contratti, l'Amministrazione definisce specifici criteri di selezione delle migliori manifestazioni di interesse .
2. I criteri per il confronto e la valutazione delle proposte di sponsorizzazione sono definiti con particolare riferimento al valore economico delle stesse ed ai vantaggi complessivi per l'Amministrazione.

Art. 14

Individuazione dello sponsor

1. L'individuazione dei soggetti operanti come sponsor di progetti, iniziative od interventi dell'Amministrazione è da questa effettuata mediante specifici provvedimenti , traduttivi delle procedure di selezione o di recepimento delle manifestazioni di interesse spontanee.
2. L'Amministrazione indica in forma evidente le modalità e le condizioni alle quali consegue l'individuazione dello sponsor per la stipulazione di contratto .

Art. 15

Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione Comunale come sponsee

1. I rapporti relativi alla sponsorizzazione nella quale l'Amministrazione opera con ruolo di sponsee sono formalizzati in specifico contratto, nel quale sono precisati:

- Oggetto e durata del contratto;
 - Valore della sponsorizzazione;
 - Impegni e/o obblighi dello sponsee;
 - Modalità di veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o del marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
 - Impegni e/o obblighi dello sponsor;
 - Lavori, servizi, ecc. da eseguire a corrispettivo dell'attività dello sponsee;
 - Verifiche e controlli sull'attività dello sponsee;
 - Verifiche e controlli sull'attività dello sponsor;
 - Profili economici del rapporto contrattuale;
 - Facoltà di recesso;
 - Inadempienze e risoluzione del contratto;
 - Risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto;
 - Spese e disposizioni contrattuali finali.
2. In relazione a contratti di sponsorizzazione comportanti per l'Amministrazione finanziamenti, destinati per la migliore realizzazione dell'iniziativa , negli stessi possono essere previste clausole che garantiscano lo sponsor dell'investimento, da parte dello sponsee, di un complesso di risorse dello stesso valore di quelle erogate a titolo di corrispettivo .
 3. I contratti di sponsorizzazione nei quali l'Amministrazione assume ruolo di sponsee possono avere a titolo di corrispettivo anche la messa a disposizione di beni e di servizi per valore pari a quello del contratto .

Art. 16

Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di selezione di contraenti per appalti di servizi

1. L'Amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi inerenti contratti attivi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione.
2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio .

TITOLO IV

Contratti di sponsorizzazione ed opere pubbliche

Art. 17

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

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche l'esecuzione di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica .
2. I contratti stipulati nel rispetto delle previsioni di cui al precedente comma 1 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.

Art. 18

Profili procedurali e garanzie inerenti gli sponsor realizzatori di opere pubbliche

1. 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 .
2. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori, 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.

TITOLO V

Altre forme di accordo finalizzate all'acquisizione di sponsorizzazioni

Art. 19

Accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione

1. L'Amministrazione perviene alla formalizzazione di accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione, coinvolgenti soggetti pubblici e privati, a fronte di situazioni nelle quali sia necessario definire relazioni plurilaterali, inerenti rapporti di collaborazione o traduttive di interazioni progettuali.
2. Gli accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione contengono comunque elementi definatori delle relazioni tra uno o più soggetti con veste di sponsor ed uno o più soggetti con veste di sponsee, tra i quali rientra l'Amministrazione.

Art. 20

Convenzioni con soggetti pubblici

1. L'Amministrazione perviene alla stipulazione di convenzioni per sponsorizzazione con soggetti pubblici, finalizzate ad associare l'immagine dello sponsor a trasferimenti di competenze, anche in forma di consulenza, o a progetti ed iniziative comportanti una potenziale ampia veicolazione dell'immagine dell'Amministrazione stessa.
2. Le convenzioni di cui al precedente comma 1 configurano comunque gli elementi a valenza economica e le prestazioni a valenza patrimoniale in corrispettivo.

TITOLO VI

Disposizioni generali operative

Art. 21

Verifiche dell'efficacia delle sponsorizzazioni per l'Amministrazione Comunale

1. L'Amministrazione definisce, anche in accordo con i soggetti con veste di sponsor o di sponsee, procedure e strumenti per la verifica dell'efficacia delle sponsorizzazioni tradotte con contratti dei quali è parte .

Art. 22

Tutela dei marchi

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Amministrazione prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia .
2. L'Amministrazione può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative ai propri segni distintivi, qualificando con appositi atti lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Art. 23

Fiscalità inerente le sponsorizzazioni

1. Il valore , comprensivo di IVA, della fatturazione della 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 di esso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dell'iniziativa stessa.
2. Il valore, comprensivo di IVA, della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo di cui al comma precedente.

Art. 24

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione, con atto della Giunta Comunale , a proprio insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione qualora:
 - Ritenga ne possa derivare un conflitto d'interesse ai sensi del precedente art. 11;
 - Ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine o alle proprie iniziative;
 - La reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione riguardanti:
 - Propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - Pubblicità che possa offendere la dignità della persona, evocare discriminazioni di razza,

sesso e nazionalità, offendere convinzioni religiose ed ideali, indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute, la sicurezza e l'ambiente;

- Pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, di medicinali e cure mediche disponibili unicamente con ricetta medica, di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- Messaggi offensivi in genere, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia o violenza.

Art. 25

Utilizzo dei risparmi di spesa

1. Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione, che non sono utilizzate a seguito di stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa e possono essere utilizzate come segue:
 - 70 % per finanziare altre iniziative istituzionali;
 - 20 % per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività;
 - 10% costituisce economia di bilancio.
2. Qualora l'Amministrazione dovesse acquisire sponsorizzazioni avvalendosi di agenzie specializzate, la quota del 20 % incrementa quella da impiegare per finanziare altre iniziative istituzionali.

Art. 26

Entrata in vigore ed abrogazioni

1. Il presente regolamento entra in vigore a far data dall'intervenuta esecutività della deliberazione approvativa.
2. Dal momento dell'entrata in vigore del presente regolamento si intendono abrogate le disposizioni dei regolamenti comunali con esso incompatibili.