



# COMUNE DI PALOMBARA SABINA

(PROVINCIA DI ROMA)

---

**REGOLAMENTO**  
**PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE**  
**DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con Delibera del Consiglio Comunale n. 37 dell' 11/05/2006

## SOMMARIO

**Art. 1 – Finalità**

**Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**

**Art. 3 – Definizioni**

**Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

**Art. 5 - Individuazione delle iniziative di Sponsorizzazione**

**Art. 6 - Contratto di Sponsorizzazione**

**Art. 7 - Utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni**

**Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

**Art. 9 - Trattamento dei dati personali**

**Art. 10 - Aspetti fiscali**

**Art. 11 - Verifiche e controlli**

**Art. 12 - Riserva organizzativa**

**Art. 13 – Rinvii**

**Art. 14 – Entrata in vigore**

## **Art. 1 – Finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000.
2. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi.

## **Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti in programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

## **Art. 3 – Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  1. per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a corrispondere una somma di denaro o a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il nome, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  2. per "**sponsorizzazione**": ogni contributo monetario o in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, in cambio della promozione dell'immagine o del nome, o del prodotto degli stessi, in cambio cioè di una prestazione pubblicitaria.
  3. per "**sponsor**": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
  4. per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o comunque il supporto di veicolazione delle informazioni (marchio, logo, nome, attività) di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

## **Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune secondo la disciplina del presente regolamento.  
La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo di trattativa privata, preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso. Quando l'importo contrattuale è inferiore a 130.000,00 euro, la scelta dello sponsor viene effettuata ai sensi del Regolamento approvato, in applicazione del D.P.R. 20.08.2001, n. 384, con delibera consiliare n. 74 del 23.12.2003.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L'avviso deve contenere 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 dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, deve indicare:

- il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- Il corrispettivo della sponsorizzazione.
- l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

**a) per le persone fisiche:**

1. l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge 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 imprese);
4. la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa

**b) per le persone giuridiche:**

oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

1. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
2. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
3. 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**

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile del Servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al responsabile del Servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività dell'Amministrazione Comunale, non esclusi gli eventi di rilevanza artistica, culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune o suo concessionario o affidatario.

## **Art. 6 - Contratto di Sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) L'oggetto e la finalità;
  - b) la durata del contratto di sponsorizzazione
  - c) gli obblighi a carico dello sponsor
  - d) gli obblighi del Comune quale sponsee,
  - e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
  - f) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
  - g) la determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione;
  - h) l'eventuale clausola d'esclusiva;
  - i) le verifiche contrattuali;

## **Art. 7 - Utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni**

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al finanziamento di iniziative istituzionali.

## **Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
  - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
  - d) ogni altro prodotto la cui pubblicizzazione da parte del Comune venga ritenuta inopportuna.

## **Art. 9 - Trattamento dei dati personali**

Per il trattamento dei dati personali si fa rinvio alle disposizioni vigenti in materia.

## **Art. 10 - Aspetti fiscali**

1. Il valore della fatturazione per la 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 dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma 1.

3. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia determinato in rapporto a prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, l'obbligo di fatturazione grava su entrambi i soggetti coinvolti nel rapporto di sponsorship. In tal caso lo sponsor deve rilasciare all'Amministrazione una fattura soggetta ad IVA, con importo pari al valore del bene o servizio erogato, mentre l'amministrazione deve emettere in favore dello sponsor una fattura di pari importo (anch'essa soggetta ad IVA) in relazione alla tipologia ed al valore del messaggio pubblicitario concesso.

#### **Art. 11 - Verifiche e controlli**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio Comunale competente per materia, 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 notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

#### **Art. 12 - Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È tuttavia 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 a soggetto esterno in possesso dei prescritti requisiti.

#### **Art. 13 – Rinvii**

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente Regolamento si fa rinvio:
  - a) Per i profili contrattuali alle relative disposizioni del codice civile e alla normativa specifica in materia;
  - b) Per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi al R.D. 929/1942 ed al D.Lgs. 480/1992 e successive modificazioni ed integrazioni, nonché alla normativa specifica in materia;

#### **Art. 14 – Entrata in vigore**

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della delibera di adozione.

REGOLAMENTI/ sponsor

Servizio Affari Generali 14.04.2006