

**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI NELL'AMBITO DELLE COLLABORAZIONI TRA
PUBBLICO E PRIVATI**

ART.1 - OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina la possibilità di sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Termini Imerese, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art.43 della L.449/1997, nell'art.119 T.U.E.L., approvato con d. lgs. n.267/2000 e ss.mm.ii., nell'art.19 del Codice dei Contratti Pubblici approvato con d. lgs.n.50/2016 e ss.mm.ii. e con riferimento all'art.1-bis, della L.241/90.
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 economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.

Art.2 – DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento 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, sportive, sociali, ricreative, ed altro, ad un terzo soggetto (sponsor) che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro 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 denaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali e/o servizi, forniture o lavori) diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - 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 senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Termini Imerese;

- d) per “**sponsorizzato**” o “**sponsee**” si intende il Comune di Termini Imerese;
- e) per “**spazio pubblicitario**” si intende lo spazio fisico, digitale o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune di Termini Imerese per la pubblicità dello sponsor.
- f) Per “**A.C.**” si intende l’Amministrazione Comunale di Termini Imerese.

ART.3 – CONDIZIONI

1. 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 ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di una iniziativa di pubblico interesse o nell’ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente o responsabile del servizio.
2. L’Amministrazione Comunale può comunque acquisire i beni e servizi a titolo gratuito, ancorché non specificatamente previsti nei capitoli di spesa ordinari. In tal caso non si fa luogo alla ripartizione dei proventi di cui al successivo art.11.
3. Per iniziative di sponsorizzazioni che comprendano come controprestazione dell’Ente anche la concessione di particolari servizi e/o il trasferimento di immobili, il contratto di sponsorizzazione potrà lo stesso essere attivato comprendendo la concessione di servizi con flussi di cassa e/o il trasferimento di immobili purchè ricorrano i presupposti di efficacia, economicità ed efficienza a vantaggio dell’A.C., valutati e motivati dal dirigente responsabile, ai sensi dell’art.43, c.2, della L.n.449/1997.

ART.4 – PROCEDURE DI SELEZIONE DELLO SPONSOR

1. La ricerca dello sponsor per il finanziamento di eventi con iniziativa da parte dell’Amministrazione è effettuata secondo la procedura di cui all’art.19 del d. lgs. n.50/2016 e s.m.i., che prevede la distinzione procedurale tra:
 - a) contratti di sponsorizzazioni di importo superiore ad € 40.000,00;
 - b) contratti di sponsorizzazione di importo inferiore ad € 40.000,00.

2. Nel caso di sponsorizzazione per importi inferiori ad € 40.000,00 la trasparenza e la concorrenza sono realizzate dalla pubblicazione di apposito Avviso all'Albo Pretorio per almeno 10 giorni;
3. Per i soli contratti di sponsorizzazione di importo pari o superiore ad € 40.000,00, è predisposto un Avviso di selezione pubblicato sul sito internet della Stazione Appaltante (Comune di Termini Imerese) per almeno 30 gg., con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.
4. L'avviso, nella fattispecie di cui al precedente c.3, reca in generale:
 - l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
 - 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;
 - altre particolari richieste per la positiva riuscita dell'iniziativa.
5. 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.

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

- a) per i soggetti privati (persone fisiche o giuridiche)
 - l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la P.A. e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se impresa);
 - l'inesistenza di una delle cause di esclusione di cui all'art.6.
- b) per i soggetti pubblici
 - il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

In ogni caso lo sponsor deve possedere i requisiti di ordine generale di cui all'art.80 del d. lgs. 50/2016.

6. 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. I soggetti proponenti, sia pubblici che privati, devono altresì documentare se richiesta dall'Amministrazione, anche attraverso l'autocertificazione, la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e ai criteri etici di cui all'art.7 del presente regolamento.
7. Trascorso il periodo di pubblicizzazione, il contratto può essere liberamente negoziato, purchè nel rispetto del principio di imparzialità e parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art.80 del d. lgs. 50/2016.
8. Ove pervengano più offerte, conclusa l'istruttoria secondo le condizioni elencate negli articoli precedenti, viene approvata, con apposito atto dirigenziale, la relativa graduatoria.
9. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso (valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno della pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili).

ART.5 – RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Ove pervenga all'A.C., da parte di un soggetto sponsor promotore, una proposta di sponsorizzazione di iniziativa finalizzata ad un determinato evento riconducibile a lavori, forniture e servizi di importo pari o superiore ad € 40.000,00, il Dirigente responsabile del servizio competente per materia, valutandone l'opportunità e la 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.
2. L'Avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento a migliori condizioni. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, pubblicato sul sito per un arco temporale non inferiore a 30 gg., il Dirigente del servizio competente procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, alla individuazione dell'aggiudicatario sulla base dei criteri 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 con diritto di prelazione della sponsorizzazione. Nel caso non pervengano offerte

entro il termine fissato, si procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto promotore.

3. Per i contratti di sponsorizzazione su proposte spontanee riconducibili a lavori, servizi o forniture di importi inferiori ad € 40.000,00, l'affidamento può avvenire direttamente, mediante determinazione dirigenziale, a seguito di trattativa privata e previa valutazione della convenienza dell'offerta per l'A.C., dandone adeguata motivazione.

ART.6 – ESCLUSIONI

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente Regolamento, tutti i soggetti che non sono in possesso dei requisiti di cui all'art.80 del d. lgs. n.50/2016, nonché quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'A.C. o che esercitino attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica, ovvero che risultino debentrici nei confronti dell'A.C. di tasse o tributi locali a qualsiasi titolo dovute a meno che non diano prova di avvenuto pagamento.

ART.7 – FACOLTA' DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

1. L'A.C., a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga 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 sue iniziative o attività;
 - c) ritenga opportuno effettuare ulteriori verifiche, a seguito di segnalazione di opportunità generale, avanzata dai cittadini o da altri organi interni dell'A.C..
2. Sono in ogni caso escluse, oltre alle sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità e/o propaganda di natura politica, sindacale, filosofica, religiosa, quelle di diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia nonché quelle di promozione di tabacco e prodotti alcolici.
3. Sono esclusi i soggetti che nell'esercizio delle proprie attività non rispettino i principi come definiti dalla Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani del 13 agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare per il mancato rispetto:

- a) del diritto di pari opportunità e trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);
 - b) del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
 - c) dei diritti dei lavoratori;
 - d) degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative anche consuetudinarie e degli interessi pubblici;
 - e) delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive;
 - f) degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori e della protezione dell'ambiente.
4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, nella commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo. Sono, inoltre, esclusi i soggetti, imprese, produttori che siano stati in qualche modo fornitori o sostenitori di eventi bellici.
 5. E' comunque esclusa la possibilità di inserire messaggi pubblicitari di qualsiasi tipo negli atti amministrativi.
 6. La valutazione del mancato rispetto dei suddetti principi è compiuta sulla base di accertamenti recati da sentenze, decisioni, risoluzioni, inchieste, rapporti o altri atti ufficiali di autorità nazionali o internazionali.

ART.8 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Il ricorso da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'A.C., va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultino stabiliti:
 - a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - b) il diritto dello Sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi o altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - c) e modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine ai fini pubblicitari 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) l'individuazione della platea/pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello Sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor stesso;
- e) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- f) gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- g) la specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione:
 - il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - le modalità procedurali, le garanzie richieste, le responsabilità;
 - le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e, soprattutto, privilegiando la disciplina delle facoltà di recesso reciproca senza ricorso al contenzioso.

ART.9 – VERSAMENTO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Fatta esclusione dei casi di cui al successivo c.2, e salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione è eseguito di norma, nella misura del 30% al momento della sottoscrizione del contratto e nella misura del restante 70% il giorno in cui ha inizio l'evento.
2. A garanzia di detto importo e nel caso di contratti di lungo periodo, quale condizione essenziale per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, allo Sponsor potrà essere richiesta la costituzione, sempre al momento della sottoscrizione del contratto, di apposita polizza fidejussoria, a favore dell'A.C..
3. Nei casi in cui il contratto preveda il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione a soggetto "terzo", lo sponsor dovrà provvedere a pagare direttamente il fornitore, di norma con le medesime modalità previste nel precedente comma 1, previo nulla osta della Amministrazione. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'A.C. sulle garanzie prestate dallo sponsor qualora previste nel contratto di sponsorizzazione.

ART.10 – ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma direttamente erogata, ovvero corrispondente al valore dei

beni e/o servizi forniti dallo sponsor ovvero stanziata per la specifica iniziativa. Se correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al paragrafo precedente.

2. Nel caso contemplato al comma 3, dell'art.9, del presente Regolamento, gli aspetti fiscali saranno 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 sull'IVA secondo le previsioni dell'art.11, D.P.R. 26 ottobre 1972, n.633 e s.m.i..

ART.11 – UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito di stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
2. La scelta sulla ripartizione dei risparmi di spesa dovrà essere definita dal dirigente in sede di avvio della procedura di sponsorizzazione stabilendo, inoltre, ruoli e responsabilità del personale impegnato nell'iniziativa. Per sponsorizzazioni di impegno finanziario rilevante, il dirigente deve richiedere alla Giunta Municipale un atto di indirizzo per regolare l'attività gestionale.
3. In caso di incentivazione del personale dipendente la ripartizione agli interessati dei proventi di incentivazione assegnati sarà effettuata sulla base della determinazione finale di conclusione dell'iniziativa di sponsorizzazione da parte del dirigente interessato, secondo i criteri individuati in sede di contrattazione decentrata.

ART.12 – INIZIATIVE DI ALTRE ORGANIZZAZIONI

1. Le Organizzazioni no-profit del Comune di Termini Imerese hanno facoltà di reperire sponsor, secondo quanto previsto nel presente regolamento, limitatamente ad eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro di carattere strettamente locale. Per tali sponsorizzazioni si potrà procedere secondo quanto previsto nel presente regolamento.

ART.13 – VERIFICHE E CONTROLLI

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

2. Le difficoltà emerse in sede di verifica sono tempestivamente notificate allo Sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti specificatamente nel relativo contratto di sponsorizzazione.

ART.14 – SPONSORIZZAZIONE DI LAVORI, SERVIZI, FORNITURE

1. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare lavori, servizi o forniture direttamente a sue cure e spese, resta fermo il principio di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualità dei progettisti e degli esecutori. La Stazione Appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
2. Nei contratti aventi ad oggetto servizi di ingegneria e architettura l'Amministrazione non può prevedere quale corrispettivo forme di sponsorizzazione ad eccezione dei contratti relativi ai beni culturali, di cui all'articolo che segue.

ART.15 – SPONSORIZZAZIONE INERENTE BENI CULTURALI

1. Ai contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi e forniture aventi ad oggetto beni culturali si applicano le disposizioni contenute nell'art.51, d. lgs. n.50/2016 e s.m.i..
2. I predetti contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente, in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso richiesti e di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico e/o storico, l'aspetto ed il decoro del bene.

ART.16 – PROGRAMMA DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Annualmente, unitamente al piano esecutivo di gestione, la giunta approva il programma delle sponsorizzazioni, in cui sono individuate le iniziative di sponsorizzazioni che si intende realizzare e quantificati gli importi.
2. I dirigenti propongono il programma, nell'ambito delle rispettive competenze. La realizzazione del programma costituisce obiettivo di PEG.

3. Il programma è pubblicato all'albo pretorio per almeno 30 giorni, e costituisce impulso alla presentazione delle proposte. Possono essere presentate e valutate anche proposte di sponsorizzazioni non inserite nel programma.
4. La Giunta Comunale può formulare ulteriori specifici indirizzi al dirigente o responsabile del servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
5. In ogni caso le iniziative di sponsorizzazione possono essere adottate dal dirigente del servizio ogni qualvolta se ne presenti l'opportunità, in conformità alle finalità e competenze proprie dell'Ente comunale.
6. I dirigenti, nell'ambito della propria competenza, predispongono i progetti operativi delle iniziative di sponsorizzazione e adottano gli atti di gestione necessari al raggiungimento degli obiettivi amministrativi.

ART.17 – CONTROVERSIE

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto e se non composta da risoluzione consensuale, è sottoposta al competente foro di Termini Imerese.