



Città di
CERNUSCO
SUL NAVIGLIO
Provincia di Milano

Palazzo Comunale Via Tizzoni, 2
Telefono 02.92.781
Fax 02.92.78.235
C.A.P. 20063
Codice Fiscale e Partita Iva 01217430154

Allegato "A"

REGOLAMENTO COMUNALE SULLE SPONSORIZZAZIONI

**Approvato con Deliberazione del C.C. n. _____
del _____**



Indice

- Art. 1 - Oggetto e finalità
- Art. 2 - Definizioni
- Art. 3 - Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni
- Art. 4 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive
- Art. 5 – La figura dello sponsor
- Art. 6 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni
- Art. 7 - Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione
- Art. 8 - Esclusiva generale e commerciale
- Art. 9 - Scelta dello sponsor
- Art. 10 - Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor
- Art. 11 - Affidamento diretto
- Art. 12 – Qualificazione dello sponsor
- Art. 13 - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione
- Art. 14 - Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto
- Art. 15 - Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale
- Art. 16 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor
- Art. 17 - Aspetti contabili e fiscali
- Art. 18 - Controlli
- Art. 19 - Incentivazione della produttività
- Art. 20 – Trattamento dati personali
- Art. 21 - Rinvio
- Art. 22 - Entrata in vigore



Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Comune, in attuazione delle disposizioni dell'art. 43 della Legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, dell'art. 26 del D.Lgs. 163/2006, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990.

2. 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": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (*sponsee*) la quale le garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello *sponsee* costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;

b) per "sponsorizzatore" o "*sponsor*": il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;

c) per "sponsorizzato" o "*sponsee*": il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello *sponsor* nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti;

d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello *sponsor*;

e) per sponsorizzazione finanziaria o pura quella in cui lo *sponsor*, in cambio del diritto di sfruttare spazi per scopi pubblicitari, si limita a conferire un finanziamento, mentre lo svolgimento di altra attività – come ad esempio l'esecuzione di lavori o prestazioni di servizi – è a carico di soggetti diversi;

f) per sponsorizzazione tecnica quella in cui lo *sponsor*, in cambio del diritto di sfruttare spazi per scopi pubblicitari, esegue lavori, presta servizi o fornisce beni.

2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, cioè senza alcun corrispettivo né alcuna forma di pubblicità a favore del donatore, di somme di denaro o di altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso.

Art. 3 – Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali *sponsor* sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Comunale nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione. Nel corso dell'anno la Giunta può altresì formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.

2. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.

3. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni ed i servizi a carico del bilancio comunale.



4. 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. 4 – Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. Il Comune rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello *sponsor*;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
- c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, nonché relativa al gioco d'azzardo;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

- a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 38 del D.Lgs. 163/2006;
- b) si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;

Art.5 - La figura dello sponsor

Possono assumere la veste di "sponsor" i seguenti soggetti:

- a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
- b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo 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.);
- c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune;

Art. 6 - Corrispettivo delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali il Comune è parte possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo *sponsor*:

- a) somme di denaro;
- b) forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello *sponsor*.

2. In caso di operazioni di cui alla lettera b) del comma 1, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo *sponsor*.

Art. 7 – Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 30% al momento della conclusione del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.



2. Per le sponsorizzazioni di importo superiore a quello indicato all'art. 11, comma 1, lettera a), se richiesto dal Comune, lo *sponsor* deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente le clausole di cui all'art. 113, comma 2, del D.Lgs. 163/2006.

Art. 8 - Esclusiva generale e commerciale

1. Il Comune può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.

2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:

a) esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di *sponsor* unico del Comune per un determinato periodo;

b) esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi *sponsor*, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.

3. Ove il Comune intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

Art. 9 – Scelta dello *sponsor*

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

2. La scelta dello *sponsor* è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 10.

3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul profilo di committente del Comune e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed ai potenziali partecipanti.

4. L'avviso deve indicare almeno:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
- le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni;
- l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- i criteri di valutazione delle offerte;
- l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;

- l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 10;

- l'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.

5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:

- le dichiarazioni richieste dall'avviso;
- l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
- l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

Art. 10 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali *sponsor*



1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale *sponsor*, pervenga al Comune una proposta spontanea di sponsorizzazione, il dirigente dell'ufficio competente, sentito il Sindaco o l'Assessore competente, valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 9, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.

2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

Art. 11 - Affidamento diretto

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, in deroga a quanto previsto dagli articoli 9 e 10, nei seguenti casi:

- a) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa).
- b) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 9;
- c) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente procedente.

Art. 12 – Qualificazione dello sponsor

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto all'art. 4 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.

2. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

Art. 13 – Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno definiti:

- a) l'oggetto del contratto;
- b) gli obblighi delle parti;
- c) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- d) la durata del contratto;
- e) l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
- f) i controlli sull'attività dello sponsor;
- g) la facoltà di recesso da parte del Comune;
- h) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- i) la competenza del foro di Milano in caso di controversie;
- j) la disciplina delle spese contrattuali.

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo *sponsor*; deve essere inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo *sponsor* rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.



Art. 14 – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

1. Il Comune può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

Art. 15 – Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs. 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto, nel caso in cui la realizzazione dell'intervento sia a cura dello *sponsor*.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo *sponsor*, il soggetto indicato dovrà essere un soggetto qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora le imprese esecutrici rivestano la qualità di sponsor del Comune attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
4. L'ufficio competente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. I 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 normativamente richiesti, per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Art. 16 - Affidamento del servizio di ricerca dello *sponsor*

1. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli *sponsor* a soggetti da individuare tramite le procedure per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs. 163/2006 e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

Art. 17 – Aspetti contabili e fiscali

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale, con conseguente adozione dell'atto di accertamento dell'entrata e di impegno di spesa.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo *sponsor* dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.
4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo *sponsor* è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello *sponsor* al Comune del valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad



IVA, e di fatturazione del Comune allo *sponsor* di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

5. Al fine dell'assolvimento degli oneri relativi alla tracciabilità finanziaria, di cui alla L. n.136/2010, e quindi della sussistenza o meno dell'obbligo di richiedere il CIG in relazione ai contratti di volta in volta stipulati dal Comune di Cernusco sul Naviglio è necessario distinguere se nella fattispecie concreta, in relazione al contenuto delle obbligazioni poste in carico allo sponsor si rientri nell'ipotesi della sponsorizzazione pura – esentata da CIG – ovvero in quella della sponsorizzazione tecnica – sottoposta a CIG.

Art. 18 - Controlli

1. L'ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.

2. I contratti di sponsorizzazione sono inoltre soggetti a controlli da parte dell'ufficio individuato come competente, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

Art. 19 – Incentivazione della produttività

1. Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, il fondo per il trattamento economico accessorio dei dipendenti ed il fondo per la retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza possono essere incrementati di una quota percentuale dei corrispettivi (IVA esclusa) effettivamente introitati nell'anno dal Comune per contratti di sponsorizzazione, con esclusione delle sponsorizzazioni reperite ai sensi del precedente art. 16.

Art.20 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 7 del D.Lgs. 30/06/2003, n. 196 e successive modificazioni.

2. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Cernusco sul Naviglio in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità al decreto citato.

3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento, essi possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art.21 - Rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti comunali applicabili.

Art. 22 – Entrata in vigore

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