REGOLAMENTO DELL'UNIONE CAMPOSPINOSO ALBAREDO

PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Allegato alla delibera Assemblea Unione n. 17 del 25.07.2016

REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI

Art. 1 - Oggetto

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione degli articoli 19 e 151 del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, dell'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 e dell'articolo 119 del decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267 e s.m.i..

Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
   a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale l'Ente (sponsee) offre ad un soggetto terzo (sponsor) la possibilità di associare a proprie attività e di pubblicizzare il nome, il segno distintivo o altro messaggio, in appositi spazi pubblicitari, in cambio di una determinata prestazione;
   b) per "sponsor": il soggetto privato che stipula un contratto di sponsorizzazione con l'Ente;
   c) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o altra modalità di rappresentazione e di diffusione del nome, del segno distintivo o di altro messaggio dello sponsor, messo a disposizione dall'Ente;
   d) per "sponsorizzazione finanziaria": il contratto di sponsorizzazione nel quale il corrispettivo dovuto dallo sponsor è costituito unicamente da un contributo economico in favore dell'Ente, mentre la realizzazione dei lavori o la fornitura di beni e/o servizi è a carico di altri soggetti;
   e) per "sponsorizzazione tecnica": il contratto di sponsorizzazione nel quale il corrispettivo dovuto dallo sponsor è costituito dalla realizzazione dei lavori o dalla fornitura di beni e/o servizi;
   f) per "iniziative di sponsorizzazione": i lavori pubblici o la fornitura di beni o servizi che l'Ente intende realizzare o acquisire mediante ricorso alla sponsorizzazione.

Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni e finalità

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi per realizzare lavori o acquisire servizi o forniture inseriti nell'ordinaria programmazione.
2. I contratti di sponsorizzazione devono favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti.

Art. 4 - Iniziative di sponsorizzazione

1. La Giunta dell'Unione individua nell'ambito del Piano Esecutivo di Gestione e in apposito atto le iniziative di sponsorizzazione. I Responsabili di Struttura hanno il compito di adottare tutti i conseguenti atti gestionali necessari, al fine di perfezionare la realizzazione dei lavori o l'acquisizione di beni e/o servizi mediante il ricorso alla sponsorizzazione.
2. La Giunta può comunque approvare proposte di sponsorizzazioni formulate da soggetti privati, relative a lavori, forniture e servizi, ma non inserite nelle iniziative di sponsorizzazione già individuate nel Piano Esecutivo di Gestione.

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione

1. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, pubblicità, tutela dell'ambiente ed efficienza energetica.
2. L'affidamento dei contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture è disposto con determinazione del Responsabile di Struttura:
   a) per importi superiori a 40.000 euro, previa pubblicazione di apposito avviso pubblico;
   b) per importi pari o inferiori a 40.000 euro, mediante affidamento diretto, adeguatamente motivato.
3. L'avviso indicato al precedente comma 2, lettera a), vede essere pubblicato sul sito internet dell'Ente, per almeno trenta giorni. Con tale avviso 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. L'Ente può individuare ulteriori forme di pubblicità, ritenute più convenienti al fine di garantire una maggiore partecipazione alla procedura.
4. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse.
5. In ogni caso non possono partecipare alle procedure di cui al comma 2 del presente articolo i soggetti che presentino uno dei motivi di esclusione indicati nell'articolo 80 del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 o che comunque incorrano in un impedimento a contrattare con la pubblica amministrazione individuato da altra norma di legge o di regolamento.

Art. 6 - Contenuto dell'avviso

1. L'avviso di sponsorizzazione deve indicare.
   a) i lavori, i servizi o le forniture oggetto di sponsorizzazione;
   b) le caratteristiche e gli elementi essenziali delle proposte o offerte di sponsorizzazione;
   c) i requisiti di partecipazione;
   d) gli obblighi dello sponsor;

e) gli impegni dell'Ente;
f) la durata ed il valore della sponsorizzazione;
g) le modalità di presentazione delle proposte o offerte di sponsorizzazione;
h) i criteri di valutazione delle proposte o offerte di sponsorizzazione;
i) le modalità di stipula del contratto di sponsorizzazione.

3. Nel caso di sponsorizzazione tecnica l'avviso dovrà contenere anche l'esatta indicazione dei lavori da effettuare o delle forniture o servizi da acquisire e le relative modalità di svolgimento. All'avviso dovrà essere allegato un capitolato prestazionale oltre alla necessaria documentazione tecnica e progettuale.

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

1. Nel contratto di sponsorizzazione devono essere specificati:
a) l'oggetto del contratto;
b) gli obblighi reciproci;
c) i diritti dello sponsor e le modalità di utilizzazione dello spazio pubblicitario;
d) il corrispettivo della sponsorizzazione;
e) la durata del contratto;
f) le responsabilità e le eventuali inadempienze dello sponsor;
g) le cause di risoluzione del contratto;
h) gli aspetti fiscali;
i) le modalità di risoluzione delle controversie;
l) il richiamo alle norme generali.

2. Nell'ipotesi di sponsorizzazione tecnica, il contratto dovrà contenere anche l'esatta indicazione dei lavori da effettuare o delle forniture o servizi da acquisire e le relative modalità di svolgimento. Lo sponsor dovrà in questo caso essere in possesso dei requisiti di qualificazione previsti dalla normativa nazionale ed europea per l'esecuzione dei lavori o per la fornitura di beni o servizi.

Art. 8 - Rifiuto di sponsorizzazione

1. Sono escluse sponsorizzazioni con messaggi pubblicitari relativi:
a) a propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
b) a pubblicità diretta o indiretta di alcolici o tabacco;
c) a pubblicità diretta o indiretta di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
d) ad espressioni di razzismo, odio o minaccia;
e) ad espressioni che evidenzino una qualsiasi forma di discriminazione;
f) ad altre espressioni in contrasto con l'ordine pubblico e il buon costume.

2. Sono altresì escluse sponsorizzazioni dalle quali possa emergere un conflitto di interesse, anche solo potenziale, fra l'attività dell'Ente e l'attività privata sponsorizzata o possa derivare un qualunque pregiudizio all'Ente ed alle sue iniziative.

Art. 9 - Aspetti contabili e fiscali

1. Le prestazioni corrispettive oggetto del contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.

2. Nel caso di sponsorizzazione finanziaria l'Ente dovrà emettere regolare fattura a titolo di sponsorizzazione per l'importo del contributo economico stabilito nel contratto.
3. Nel caso di sponsorizzazione tecnica lo sponsor dovrà emettere regolare fattura all'Ente corrispondente al valore contrattuale dei lavori realizzati o dei beni o servizi ceduti. L'Ente dovrà emettere fattura allo sponsor, a titolo di sponsorizzazione, di importo pari ai proventi della sponsorizzazione.
4. Resta fermo l'obbligo dello sponsor di adempiere alle eventuali ed ulteriori obbligazioni tributarie o fiscali inerenti l'attività posta in essere.

Art. 10 - Rinvio e disposizioni finali

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento, si applicano le seguenti disposizioni:
   a) norme in materia di sponsorizzazioni contenute nel decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50;
   b) norme in materia di sponsorizzazioni contenute nel decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267;
   c) articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449.
2. Dall'entrata in vigore del presente regolamento sono abrogate le disposizioni contrastanti eventualmente contenute in altri regolamenti.