



COMUNE DI FORNO CANAVESE
PROVINCIA DI TORINO

**REGOLAMENTO SULLA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI
SPONSORIZZAZIONE**

Approvato con Deliberazione C.C. nr. 26 del 23/03/2009

INDICE

TITOLO I

NATURA, SCOPI E FUNZIONI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- Art. 1 – Finalità
- Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 3 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio e per forma contrattuale
- Art. 4 - Ambito di applicazione e funzione della sponsorizzazione
- Art. 5 - Vincoli di carattere generale
- Art. 6- Il Comune come sponsee
- Art. 7 - Le figure dello sponsor
- Art. 8 - Iniziativa
- Art. 9 - Sponsorizzazioni plurime

TITOLO II

MODALITA' DI SCELTA DEL CONTRAENTE

- Art. 10 - Regole generali e comuni
- Art. 11 - L'offerta di sostanziale mecenatismo
- Art. 12 - La valutazione delle offerte

TITOLO III

DISPOSIZIONI FINALI

- Art. 13 - Aspetti fiscali

- Art. 14 - Verifiche e controlli
- Art. 15 - Modalità applicative
- Art. 16 - Riserva organizzativa
- Art. 17 - Entrata in vigore

TITOLO I

Natura, Scopi e funzioni del contratto di sponsorizzazione

Art. 1 - Finalità

Le norme del presente Regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la sponsorizzazione, relativi allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di Forno Canavese nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 6 e per le finalità indicate nell'art. 5, che di nuovo segue.

Il presente Regolamento è adottato in sostanziale attuazione delle previsioni recate dall'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 - che si pone in tema, come normativa di principio - rispettando altresì le linee fondanti delle disposizioni contenute nell'ex art. 119 del TUEL Dlgs 267/00 e successive modificazioni ed integrazioni.

E' criterio preminente di lettura e di interpretazione delle disposizioni regolamentari che seguono, quello della peculiare atipicità e novità degli istituti contrattuali considerati, pertanto le specifiche disposizioni inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici richiamate vengono adottate, di volta in volta, in base alla specialità dei rapporti di seguito disciplinati.

Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione

Il contratto di sponsorizzazione determina a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del comune di Forno Canavese, le modalità con cui questo Comune si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività.

Art. 3 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio, oltreché per la forma contrattuale

I contratti di sponsorizzazione stipulati da questa Amministrazione comunale 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.

Le modalità di associazione del nome e del marchio del soggetto <<sponsorizzante o sponsee>> ovvero di quello <<collaborante o sponsor>> devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie del Comune di Forno Canavese.

L'utilizzazione dello strumento della sponsorizzazione avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto da redigersi in forma scritta.

L'Amministrazione comunale 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. 4 - Ambito di applicazione e funzione della sponsorizzazione

La sponsorizzazione rappresenta lo strumento attraverso il quale il comune di Forno Canavese acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali (beni, forniture, servizi) finalizzati, alla realizzazione di forme di <<sponsorizzazione>>, esemplificativamente, in relazione:

- ad attività culturali di differente tipologia;
- ad attività sportive;
- ad attività di promozione turistica;
- ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
- ad attività di miglioramento dell'assetto e dell'arredo urbani;
- ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico.

Eccezionalmente la sponsorizzazione potrà anche consistere nella esecuzione di opere e lavori pubblici espletati direttamente o per suo diretto strumento dal soggetto sponsorizzante. In questa evenienza si rende comunque azionabile la scelta del contraente per il tramite di procedure concorrenziali di evidenza pubblica, secondo quanto più dettagliatamente specificato nel successivo Titolo II di questo stesso Regolamento

Art. 5 - Vincoli di carattere generale

Tutte le iniziative supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship, sono necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici:

- devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Forno Canavese;
- devono produrre risparmi di spesa.

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici e, materiale pornografico;
- messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 6 - Il comune come sponsee

Con l'approvazione del seguente regolamento il Comune di Forno Canavese può avvalersi di sponsorizzazioni per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico.

La Giunta Comunale nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune di Forno Canavese il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni.

Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai due commi che precedono sono demandate alla esclusiva competenza del responsabile preposto al settore interessato, che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina. Il responsabile soddisfa e garantisce anche le ulteriori incombenze riportate nell'art.17, che segue.

Art. 7 - Le figure dello sponsor

Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
- 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.);
- le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Ente.

Art. 8 - Iniziativa

La sponsorizzazione può avere origine per:

- iniziativa spontanea di questa Amministrazione comunale
- iniziativa di soggetti terzi.

Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa – ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui al Titolo II che segue – deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.

Art. 9 - Sponsorizzazioni plurime

Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

TITOLO II

Modalità di scelta del contraente

Art. 10 - Regole generali e comuni

La scelta del contraente avviene, di norma, con procedure ad evidenza pubblica – che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione – tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione.

E' sempre ammessa la trattativa privata, previa adeguata motivazione, nei casi indicati dall'art.41 del R. D. 23 maggio 1924, n. 827 (di approvazione del Regolamento per l'amministrazione del patrimonio e per la contabilità generale dello stato), con specifico riferimento:

- alle ipotesi di iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere che ove anche si sperimentassero gli incanti o le licitazioni questi andrebbero verosimilmente deserti, o in ogni caso, risulterebbero di un improbabile buon esito;
- alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
- alle ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio degli incanti o delle licitazioni;
- ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure degli incanti e delle licitazioni;
- alle ipotesi di modico valore economico dell'iniziativa, da indicarsi entro il limite di € 5.000,00.

Per le iniziative di importo inferiore ad € 5.000,00 si procede esclusivamente all'affidamento mediante trattativa privata.

Art. 11 - L'offerta di sostanziale mecenatismo

Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c. d. di <<mero mecenatismo>> da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 12 - La valutazione delle offerte

In tutti i casi in cui i rapporti di sponsorizzazione siano costituiti con procedure ad evidenza pubblica, le offerte verranno valutate dall'ufficio competente per materia, nel rispetto dei criteri indicati nell'avviso di pubblico o nella lettera di invito finalizzate a reperire la disponibilità della sponsorizzazione o della speciale attività di collaborazione.

TITOLO III

Disposizioni finali

Art. 13 - Aspetti fiscali

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 dell'intervento.

Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor, (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 14 - Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del responsabile di ogni settore competente in materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor.

La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Art. 15 – Modalità applicative

Resta ferma la facoltà dell'Ente di decidere di volta in volta i tempi di attuazione degli accordi di sponsorizzazione nonché la forma e le caratteristiche per l'applicazione dello spazio pubblicitario concordato con le parti interessate.

La pubblicità può avvenire anche attraverso il sito web del Comune di Forno Canavese.

Art. 16 - Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente da questa Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.

Art. 17 - Entrata in vigore

Il presente Regolamento entra in vigore ad avvenuta esecutività della deliberazione di approvazione.

Copia del Regolamento esecutivo verrà consegnata a cura della Segreteria comunale a tutti i responsabile dei servizi.