



Comune di Lecco

**REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E
DELLE AZIONI DI PARTENARIATO, MECENATISMO E PERMUTATIVE**

Approvato con deliberazione del C.C. n. 13 in data 16.02.2009

Art. 1 **Oggetto e Finalità**

Il presente Regolamento intende disciplinare, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'Art. 43 della Legge 449/1997, nell'Art. 119 del T.U. sull'Ordinamento degli Enti Locali, approvato con D. Lgs. 18.8.2000, n. 267, nonché sulla base delle disposizioni relative al CCNL per l'Area del personale e del CCNL Area Dirigenza degli Enti Locali e successive modificazioni, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, educativi, formativi, turistici, sportivi, ricreativi e altro promossi dall'Amministrazione Comunale o proposti da terzi, per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.

Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in denaro, ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di una iniziativa di pubblico interesse.

Possono essere, altresì, attivate azioni di partenariato, mecenatismo e permutative per il conseguimento di un obiettivo o per la realizzazione di un progetto condiviso.

Art. 2 **Definizioni**

2.1. Ai fini del presente Regolamento si intende:

- a) Per “**contratto di sponsorizzazione**” un contratto a prestazioni corrispettive, mediante il quale l'Amministrazione Comunale (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un predeterminato corrispettivo, in beni e/o servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti e simili, nei modi previsti dal contratto;
- b) Per “**sponsorizzazione**” ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione in beni materiali e/o in servizi od ogni altra utilità, diretta o indiretta, proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, prodotti, servizi e simili, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
- c) Per “**sponsor**” il soggetto privato o pubblico, che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) Per “**sponsee**” il soggetto sponsorizzato;
- e) Per “**spazio pubblicitario**” lo spazio fisico o il supporto di veicolazione o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor;
- f) Per “**partenariato**” le forme speciali di collaborazione per cui due o più soggetti stabiliscono di collaborare ed eventualmente di apportare risorse per il raggiungimento di un obiettivo condiviso. Le partnership possono essere: istituzionali, main partner (partner principali), media partner (radio, televisioni, giornali, mensili, riviste);
- g) Per “**mecenatismo**” le sponsorizzazioni offerte da soggetti privati o pubblici, senza prevedere alcuna controprestazione in capo al soggetto di cui alla lettera d).
- h) Per “**azioni permutative**” le prestazioni di servizi o le forniture di beni a carico dello sponsor.

Art. 3 **Presupposti**

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 dei vantaggi di cui all'Art. 1, comma 2.

Art. 4

Gestione delle sponsorizzazioni

Il Comune si riserva la facoltà di gestire direttamente le sponsorizzazioni o, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo economico, organizzativo, funzionale, di affidare il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata dal Responsabile del Settore competente

Art. 5

Procedure di sponsorizzazione e di scelta dello sponsor

Al di là dei casi di mecenatismo, di cui al successivo articolo 9, le procedure per la scelta degli sponsor sono le seguenti:

5.1. Sponsorizzazione su azione di soggetti terzi

- a) L'Amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati che intendono assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative comunali e che a tale scopo offrono spontaneamente risorse, beni o servizi o quant'altro.
- b) Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore oggettivo o presumibile del corrispettivo offerto.

5.2 Sponsorizzazione su azione del Comune

La scelta dello sponsor è effettuata mediante:

- a) procedura a evidenza pubblica nei casi di sponsorizzazioni, anche a carattere pluriennale, il cui importo o valore risulti complessivamente superiore a € 200.000,00, al netto di IVA;
- b) procedura negoziata della trattativa privata nei casi di sponsorizzazioni il cui importo o valore risulti complessivamente superiore a € 15.000,00, al netto di IVA. In tal caso la procedura negoziata è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso all'Albo Pretorio e sul proprio sito internet o da eventuali altre forme di pubblicità che si dovessero rendere necessarie al fine di promuovere l'interesse dei privati a concorrere o ad assumere la sponsorizzazione di cui trattasi. L'avviso deve, di norma, contenere i seguenti dati:
 - l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto della sponsorizzazione
 - la determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità
 - le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta;
 - eventuali benefit per lo sponsor
- c) procedura negoziata con ricorso ad un solo fornitore nei casi in cui l'importo o valore non sia superiore a € 15.000,00, al netto di IVA.

La graduatoria è formata sulla base della maggiore utilità economica per il Comune o dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nel bando o nell'avviso (valore economico, convenienza dell'Amministrazione ad acquisire lo sponsor nelle proprie disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor per gli effetti di ritorno della pubblicizzazione dell'evento, eventuali servizi aggiuntivi e simili).

L'offerta di sponsorizzazione è approvata con determinazione dirigenziale del settore competente per materia.

Art. 6

Contratto di sponsorizzazione

Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione alle attività, interventi o progetti culturali, sociali, educativi, formativi, turistici, sportivi, ricreativi e altro, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultano 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 o degli altri benefici eventualmente indicati nel bando o nell'avviso previsto dalla procedura di selezione dello sponsor;
- c) le modalità e gli ambiti di promozione, comunicazione e pubblicità,
- d) gli eventuali diritti di esclusiva e/o di altri benefici;
- e) la durata del contratto di sponsorizzazione ovvero il riferimento ad un singolo evento;
- f) gli obblighi assunti dallo sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- g) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- h) le modalità procedurali, le garanzie richieste e le responsabilità;
- i) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.

Art. 7

Procedure di sponsorizzazione tramite agenzia

La scelta dell'agenzia è effettuata mediante:

- a) procedura a evidenza pubblica, nei casi di sponsorizzazioni, anche a carattere pluriennale, il cui importo o valore risulti complessivamente superiore a € 200.000,00, al netto di IVA;
- b) procedura negoziata, secondo le modalità previste dal Regolamento comunale per l'acquisizione in economia di beni, servizi e lavori (Art. 125 D.Lgs. n. 163/2006).

La stipulazione del contratto avviene nelle forme e secondo le modalità previste dal vigente Regolamento.

Art. 8

Partenariato

Le azioni di partenariato sono costituite da un accordo tra diversi soggetti interdipendenti che agiscono insieme per perseguire uno scopo comune.

Il soggetto che assume il ruolo di "capofila" elabora un progetto nel quale ogni partner assume una responsabilità precisa verso gli altri membri e realizza, sotto la propria, diretta responsabilità, una o più azioni previste dal piano operativo e finanziario condiviso.

Il progetto viene sottoposto all'approvazione della Giunta Comunale.

E' compito dei Direttori di Settore, sulla base delle reciproche competenze, dare attuazione al piano operativo.

Art. 9

Mecenatismo

Le sponsorizzazioni di cui all'art. 2.1, lettera g), sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, da concludersi anche mediante uno scambio di corrispondenza, qualunque sia il valore della prestazione resa dallo sponsor.

Art. 10 **Azioni Permutative**

Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato da prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor (operazioni permutative), è d'obbligo la doppia fatturazione, dallo sponsor all'ente, del valore del servizio o del bene, soggetta ad IVA e la fatturazione dell'ente allo sponsor di pari importo, sempre soggetta ad IVA.

Nel caso di operazioni permutative si assume quale controvalore monetario del contratto, il valore di mercato delle prestazioni o dei beni erogati dallo sponsor.

Art. 11 **Facoltà di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili ed esclusioni**

La Giunta Comunale, a suo insindacabile giudizio, e su richiesta di direttiva formulata dal competente dirigente, si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi obile giudizio, offerta di sponsorizzazione.

Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente Regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi, che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Art. 12 **Versamento e utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni**

Le modalità di pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione vengono stabilite nel contratto.

Art. 13 **Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

Le somme previste nei capitoli di spesa interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- nella misura del 40 % sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, come modificato dall'art. 4, comma 4 del CCNL del 5.10.2001, al fine di incrementare gli incentivi del personale che ha lavorato all'iniziativa di sponsorizzazione. Le percentuali di suddivisione di detti incentivi al personale sono stabilite dal relativo Direttore di Settore, in proporzione alla partecipazione di ogni dipendente alle attività dell'iniziativa;
- nella misura del 10% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della Dirigenza, di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 e successive modificazioni;
- la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.

Art. 14 **Aspetti fiscali**

Il valore della fatturazione corrisponde:

- all'importo della somma direttamente erogata, nel caso in cui la sponsorizzazione consista in un corrispettivo economico;

- qualora il corrispettivo consista in beni, lavori o servizi, lo sponsor provvede a fatturare al Comune l'importo dei beni, servizi o lavori, secondo quanto stimato nel contratto di sponsorizzazione. Il Comune, a sua volta, rilascia fattura per uguale importo a titolo di sponsorizzazione.

La sponsorizzazione oggetto del presente Regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'IVA, secondo quanto previsto dall'Art. 11 del DPR 26 ottobre 1972, n. 633.

Art. 15

Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte dell'Amministrazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, in particolare per quanto riguarda i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi. Le difformità emerse in sede di verifiche, dovranno essere tempestivamente comunicate allo sponsor, presso il domicilio eletto nel contratto, con lettera raccomandata A.R.

La comunicazione e l'eventuale diffida produrranno gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 16

Trattamento dei dati personali

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 dagli artt. 7 e seguenti del D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.

Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Lecco nella persona del suo Sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali, tenuti alla applicazione del presente Regolamento.

I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento.

Art. 17

Controversie

Ogni controversia relativa alla interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto di sponsorizzazione è sottoposta al competente Foro di Lecco.

Art. 18

Norme di rinvio

Per quanto non previsto nel presente Regolamento si applica la normativa vigente.