



Comune di Cagliari

**Regolamento
sulla disciplina dei contratti di sponsorizzazione**

Articolo 1 – Oggetto

1. Il presente regolamento disciplina le sponsorizzazioni che il Comune intenda attivare quale soggetto passivo sulla base delle seguenti norme generali, in attuazione dell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449, dell'articolo 119 del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267, dell'art. 26 e 199 bis del Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163 .

Articolo 2 – Finalità

1. Le iniziative di sponsorizzazione consentono la realizzazione di economie di spesa, una migliore qualità nei servizi erogati alla collettività e possono incentivare e promuovere l'innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente.

Articolo 3 - Ambito di applicazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione del Comune sono realizzate tramite la stipula di contratti di sponsorizzazione passiva con soggetti privati (società di persone e di capitali, imprese individuali, associazioni ecc.) e pubblici.

Articolo 4 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per *"contratto di sponsorizzazione"* (di seguito "Contratto"), un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (*sponsee* - sponsorizzato) offre, nell'ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative, sportive e altro, ad un soggetto (*sponsor*), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, nei modi previsti dal Contratto;
 - b) per *"sponsorizzazione"*, ogni contributo che può consistere in una somma di denaro, nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi, nella realizzazione di opere pubbliche e/o di interesse pubblico, negli interventi ricadenti su beni patrimoniali o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, il marchio, il prodotto dello sponsor;
 - c) per *"sponsor"*, il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale, in cambio della veicolazione del proprio nome nell'ambito di una iniziativa attuata dalla sponsee al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;
 - d) per *"sponsee"*, il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello sponsor;
 - e) per *"spazio pubblicitario"*, lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Articolo 5 – Contenuto

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o di collaborazione riguarda tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi, le opere pubbliche e la eventuale gestione ad uso pubblico, di uno o più immobili di proprietà comunale, inserite nella programmazione dell'Ente.
2. Il contratto di sponsorizzazione ha ad oggetto:
 - a) la fornitura di materiale/attrezzature;
 - b) la gestione di un'opera/area;
 - c) la realizzazione di un'opera;
 - d) la fornitura di una prestazione di servizio o di un bene;
 - e) un contributo in denaro, anche mediante accolto, da parte dello sponsor, delle obbligazioni di pagamento dei corrispettivi di un appalto dovuti a terzi dall'Amministrazione;
 - f) un miglioramento delle condizioni e modalità di utilizzo degli immobili di proprietà comunale.
3. La sponsorizzazione si realizza, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, attraverso le seguenti attività:
 - a) sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali e/o di rilevanza sociale, promossi dal Comune;
 - b) utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune o in aree interessate da interventi realizzati o affidati a terzi dall'Amministrazione (es. bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori);
 - c) utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione del Comune (a titolo esemplificativo carta intestata, buste, sito internet istituzionale e/o portale turistico);
 - d) servizi di manutenzione e gestione di aree verdi o servizi diversi;
 - e) fornitura di beni, con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredo urbano;
 - f) attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche;
 - g) realizzazione di mostre, concerti e spettacoli e/o eventi di promozione del territorio e dei prodotti locali;
 - h) gestione di sportelli informa - giovani, infopoint, marketing e promozione territoriale;
 - i) attività di comunicazione istituzionale attraverso i mezzi di comunicazione, assistenza agli uffici di staff e ufficio stampa, realizzazione di periodici e/o altro materiale promozionale ed informativo;
 - l) predisposizione di gadget (forniti e venduti dallo sponsor) con l'abbinamento all'Ente, al suo logo, marchio etc.;
 - m) gestione di beni immobili del patrimonio disponibile ed indisponibile.
4. I casi di cui al comma 2, lettere a, b, c, d, f rientrano nell'ambito della cosiddetta sponsorizzazione tecnica; il caso di cui alla lettera e integra invece la cosiddetta sponsorizzazione di puro finanziamento.

Articolo 6 - Sponsorizzazioni di interventi su beni sottoposti a tutela

1. I contratti di sponsorizzazione che hanno ad oggetto interventi di restauro di beni culturali architettonici e monumentali, il recupero di opere d'arte e/o di archivi storici, sono stipulati a seguito delle procedure previste dall'art. 199 bis del Codice dei contratti pubblici.

Delibera: 62 / 2014 del 17/06/2014

2. I contratti di sponsorizzazione di cui al comma 1 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.

Articolo 7 – Vincoli

- 1 Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione, sanciti dall'art. 43 della legge 27 dicembre 1997 n. 449:
 - a) devono essere dirette al perseguitamento di interessi pubblici;
 - b) devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - c) devono essere compatibili con la natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di imparzialità del medesimo;
 - d) devono produrre risparmi di spesa o acquisizione di maggiori entrate.

Articolo 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. La Giunta Comunale formula indirizzi specifici ai Dirigenti dei Servizi competenti per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione secondo le norme di cui al presente regolamento.
2. Il Dirigente competente elabora i programmi ed i progetti per i quali è possibile fare ricorso ai contratti di sponsorizzazione, quantificandone la valenza economico-finanziaria. Le attività relative a prestazioni di terzi ricadenti su beni patrimoniali (aree e fabbricati del patrimonio disponibile e indisponibile) formano oggetto di una proposta del Dirigente competente per materia, previa acquisizione del parere del Dirigente responsabile del Servizio Patrimonio.
3. Ai sensi dell'art. 199 bis del Codice dei contratti pubblici, per quanto concerne specificamente gli interventi relativi ai beni culturali, l'Amministrazione integra il programma triennale dei lavori con un apposito allegato che indichi i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali si intende ricercare sponsor per il finanziamento o la realizzazione degli interventi, predisponendo i relativi studi di fattibilità, anche semplificati, o i progetti preliminari.
4. La Giunta Comunale procede all'approvazione del progetto di sponsorizzazione costituito dagli elaborati indicati nell'art.9 e da quelli richiesti per gli interventi di cui all'art.6, e ne dà comunicazione al Consiglio Comunale in sede di presentazione della relazione al rendiconto del bilancio, fatta salva l'osservanza delle norme in materia di programmazione dei lavori pubblici.
5. L'Amministrazione comunale riconosce la possibilità che la sponsorizzazione avvenga per iniziativa di terzi. In questo caso il riconoscimento della utilità della proposta avviene con indirizzo della Giunta comunale. A seguito del citato indirizzo il Dirigente competente si attiva per formalizzare la proposta di sponsorizzazione ai sensi dell'art. 9, e affidarne la realizzazione ai sensi dell'art. 10.

Articolo 9 – Progetto di sponsorizzazione

1. Il progetto di sponsorizzazione, redatto a cura del servizio proponente, è costituito, a seconda dell'attività da porre in essere, dalla seguente documentazione:
 - a) relazione descrittiva dell'intervento di sponsorizzazione, con specifico riferimento alla tipologia di prestazioni richieste (lavori, forniture, servizi), ai costi del progetto,

- distinti tra quelli a carico dell'amministrazione, se presenti, e quelli a carico dello sponsor;
- b) piano finanziario della proposta di sponsorizzazione;
 - c) schema di contratto di sponsorizzazione;
 - d) cronoprogramma.
2. Il progetto di sponsorizzazione di interventi su beni immobili è integrato con la seguente documentazione:
- a) elaborati finalizzati alla individuazione della consistenza immobiliare del bene di proprietà (rilievo fotografico, planimetria catastale, rilievo aereo fotogrammetrico, estratto del PUC, stima del valore dell'immobile e sua redditività *ex ante*);
 - b) elaborati finalizzati alla individuazione del valore patrimoniale *ex ante* ed *ex post*, contenenti tutti gli elementi economici idonei a valutare l'utilità ad avviare il procedimento.

Articolo 10 - Sistema di scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti procedure:
 - a) contratti di importo inferiore a € 40.000,00, con affidamento diretto attraverso l'adozione di un provvedimento adeguatamente motivato che da atto di una preventiva analisi comparativa dei prezzi offerti sul mercato da un numero congruo di soggetti. E' fatta salva la possibilità di ricorrere comunque, al sistema di scelta dello sponsor di cui al successivo punto b);
 - b) contratti di importo pari o superiore a € 40.000,00, secondo quanto previsto dall'art. 27 del Codice;
 - c) contratti relativi ad interventi sui beni culturali, secondo la procedura prevista dall'art. 199 bis del Codice.
2. La pubblicità, ove prevista, è effettuata all'Albo pretorio *on line* e sul sito istituzionale del Comune di Cagliari; per quanto concerne gli interventi relativi ai beni culturali, si aggiungono le forme di pubblicità prescritte dall'art. 199-bis del Codice.
3. L'Amministrazione comunale prevede, ai sensi dell'art. 66 del Codice, ulteriori forme di pubblicità in considerazione della specificità del singolo caso oggetto di sponsorizzazione.
4. Si applicano, inoltre, nel caso di lavori, servizi o forniture acquisiti o realizzati a cura e spese dello sponsor, le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.
5. Le proposte di sponsorizzazione di importo superiore a € 40.000,00, sono valutate da una Commissione costituita da 3 componenti, di cui almeno 2 Dirigenti, nominata e presieduta dal Dirigente del Servizio competente.

Articolo 11 - Determinazione a contrattare e contenuti

1. Il Dirigente del Servizio competente, in relazione a singoli progetti, avvia il procedimento con l'adozione di una determinazione a contrattare che approva un avviso con il quale si chiede la presentazione di un'offerta da parte di soggetti interessati alla stipula di contratti di sponsorizzazione.

Delibera: 62 / 2014 del 17/06/2014

2. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti elementi:
 - a) l'oggetto del contratto secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - b) le modalità e i termini di presentazione delle offerte;
 - c) i requisiti di partecipazione;
 - d) le modalità e i criteri di valutazione delle offerte;
 - e) le modalità di stipula del contratto;
 - f) la durata e il valore del contratto;
 - g) il valore della garanzia per l'adempimento degli obblighi contrattuali;
 - h) l'eventuale divieto di subappalto;
 - i) lo schema di contratto.

Articolo 12 – Contratto

1. Il contratto deve contenere, in particolare, i seguenti elementi minimi:
 - a) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - b) le obbligazioni che lo sponsee garantisce allo sponsor in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda, etc.);
 - c) le modalità di controllo del Comune, a cura del responsabile del procedimento, sull'esatta esecuzione del contratto;
 - d) la definizione degli aspetti fiscali;
 - e) le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
 - f) la disciplina di eventuali contenziosi e le cause di recesso;
 - g) le cause e le modalità di revoca del contratto;
 - h) il divieto di cessione contrattuale.

Articolo 13 – Esclusioni

1. L'Amministrazione Comunale rifiuta qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra 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) reputi la sponsorizzazione inattuabile per altri motivi di opportunità.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto le finalità di seguito riportate, anche se a titolo indicativo e non esaustivo:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico;
 - c) diffusione di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia o qualsiasi forma di discriminazione.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
 - a) non sono in possesso dei requisiti di cui all'art. 38 del D.Lgs. n. 163/2006;
 - b) si trovano in condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;
 - c) non dichiarano di rispettare i principi definiti dalla Risoluzione ONU 2003/16 del 13/08/2003:
 - 1) diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;

Delibera: 62 / 2014 del 17/06/2014

- 2) diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
- 3) diritti dei lavoratori;
- 4) rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici;
- 5) obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
- 6) obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente;
- d) hanno in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale.

Articolo 14 - Affidamento del contratto

- 1. La sponsorizzazione è formalizzata mediante determinazione adottata dal Dirigente del Servizio competente sulla base delle risultanze del confronto concorrenziale.
- 2. Il Comune resta obbligato solo a seguito della sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione e, comunque, solo dopo la verifica del possesso da parte dell'aggiudicatario dei requisiti previsti per contrattare con l'Ente.

Articolo 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

- 1. La destinazione di quota degli eventuali risparmi di spesa e degli introiti derivanti dalla conclusione dei contratti di cui al presente regolamento, sulla base delle norme della contrattazione collettiva nazionale e compatibilmente con le disposizioni in materia di contenimento della spesa pubblica, è definita con gli atti di organizzazione e nell'ambito della contrattazione decentrata.

Articolo 16 - Aspetti contabili e fiscali

- 1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in Bilancio, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile.
- 2. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale inerente alle imposte dirette, per quanto applicabili, alle imposte indirette (IVA, ecc.) ed ai tributi locali (COSAP, ecc.), alla cui applicazione si fa rinvio.

Articolo 17 - Verifiche e controlli

- 1. Gli interventi di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del responsabile del procedimento, al fine di accertare la corretta esecuzione delle prestazioni contenute nel contratto.

Articolo 18 – Rinvio

- 1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.

SOMMARIO

- Articolo 1 – Oggetto
- Articolo 2 – Finalità
- Articolo 3 - Ambito di applicazione
- Articolo 4 - Definizioni
- Articolo 5 - Contenuto
- Articolo 6 - Sponsorizzazioni di interventi su beni sottoposti a tutela
- Articolo 7 – Vincoli
- Articolo 8 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Articolo 9 - Progetto di sponsorizzazione
- Articolo 10 - Sistema di scelta dello sponsor
- Articolo 11 - Determinazione a contrattare e contenuti
- Articolo 12 – Contratto
- Articolo 13 - Esclusioni
- Articolo 14 - Affidamento del contratto
- Articolo 15 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti
- Articolo 16 - Aspetti contabili e fiscali
- Articolo 17 - Verifiche e controlli
- Articolo 18 – Rinvio