

COMUNE DI VILLA CARCINA
Provincia di Brescia

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI
CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE**

INDICE

Art. 1 Finalità

Art. 2 Oggetto

Art. 3 Programmazione

Art. 4 Iniziativa spontanea o per azione di terzi

Art. 5 Procedure di scelta del contraente e criteri di valutazione

Art. 6 Pubblicità

Art. 7 Valutazione delle offerte

Art. 8 Contratto di sponsorizzazione

Art. 9 Pubblicizzazione sponsorizzazione

Art. 10 Offerta di sostanziale mecenatismo;

Art. 11 Riserva organizzativa

Art. 12 Accordi di collaborazione e Convenzioni

Art. 13 Rinvii

ART. 1 - Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 26 del D.lgs 163/2006, nell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 e nell'art. 31 – comma 3 del CCNL del 22/1/2004 .

2. Il Comune di VILLA CARCINA intende tendenzialmente avvalersi della sponsorizzazione:

- a) per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
- b) per realizzare maggiori economie di spesa,
- c) per migliorare la qualità dei servizi prestati.

ART. 2 - Oggetto

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile, per realizzare o acquisire forniture, servizi, lavori o altre attività già inserite nei programmi di spesa ordinari, con finanziamento a carico del bilancio dell'ente, ovvero finanziati totalmente dallo sponsor previa approvazione del progetto oggetto di sponsorizzazione da parte della Giunta Comunale.

2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale copertura di tale spesa da parte dello sponsor, senza oneri economici per l'ente.

3. Tutte le iniziative di sponsorizzazione sottostanno ai seguenti vincoli di buona amministrazione:

- a) devono necessariamente essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
- b) devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- c) devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di VILLA CARCINA;
- d) devono produrre risparmi di spesa.

ART. 3 - Programmazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile dell'Unità Organizzativa interessata. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare, anche in seguito ad iniziativa di privati, indirizzi specifici al Responsabile dell'Unità Organizzativa interessata per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui al precedente comma che precedono sono demandate alla esclusiva competenza

del Responsabile dell'Unità Organizzativa interessata, che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina.

ART. 4 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione può avere origine:

a) ad iniziativa spontanea di questa Amministrazione comunale;

b) ad iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 2 comma 1.

2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali del Comune di VILLA CARCINA con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.

3. Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al precedente comma 2 avviene mediante l'inserimento della stessa nell'apposito P.E.G.

ART. 5 - Procedure di scelta del contraente e criteri di valutazione

1. La scelta del contraente avviene di norma con procedure ad evidenza pubblica, ai sensi del successivo art. 6 - che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione - e siano tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di «sponsorizzazione»;

2. In applicazione dell'art.41 del R.D. 23 maggio 1924, n. 827, è ammessa la trattativa privata, preceduta da gara informale ed adeguatamente motivata, con specifico riferimento ai seguenti casi:

a) quando si possa fondatamente ritenere che ove anche si sperimentassero gli incanti o le licitazioni questi andrebbero verosimilmente deserti;

b) quando si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;

c) quando l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio degli incanti o della licitazione;

d) in 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;

3. È ammessa la trattativa privata diretta con un solo contraente per :

a) iniziative per le quali il ritorno pubblicitario sia tenue e sia da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità, come nell'ipotesi prevista dal successivo art. 10;

b) iniziative di importo inferiore ad Euro 20.000,00 (IVA esclusa).

ART. 6 - Pubblicità

1. Le procedure ad evidenza pubblica vengono pubblicizzate mediante pubblicazione di un avviso di gara all'albo pretorio e sul sito web del Comune, per almeno 15 giorni.

2. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "capitolato ;

b) l'esatta determinazione degli obblighi a carico del Comune;

c) le modalità, i termini di presentazione ed i criteri di valutazione dell'offerta di sponsorizzazione.

3. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

a) la fornitura, il servizio, il lavoro, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;

b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

4. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- il possesso dei requisiti di cui all'art. 38 del D.lgs 163/2006 e l'inesistenza delle condizioni di impedimento a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689.

b) per le persone giuridiche:

-che l'impresa è iscritta alla Camera di Commercio e non si trova in stato di fallimento, liquidazione coatta, amministrazione controllata o concordato preventivo, e che non sia in corso un procedimento per la dichiarazione di una di tali situazioni;

-che l'impresa ed i suoi legali rappresentanti non si trovano in alcuna delle condizioni che comportano l'incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione;

-che si accettano tutte le norme e condizioni di cui al Capitolato Speciale d'appalto ed alla lettera d'invito;

5. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

ART. 7 - Valutazione delle offerte

1. Le offerte verranno valutate da una apposita Commissione, individuata ai sensi del vigente regolamento comunale per la disciplina dei contratti, in base ai criteri indicati nell'avviso pubblico o nella lettera di invito, finalizzate a reperire la disponibilità della sponsorizzazione o della speciale attività di collaborazione, da stabilirsi e disciplinarsi sulla base e in relazione alla tipologia dell'intervento.

Art. 8 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor e del Comune;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

ART. 9 - Pubblicizzazione sponsorizzazione

1.In relazione alla tipologia di sponsorizzazione, l'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune potrà essere realizzata, esemplificativamente, mediante inserimento del logo dello sponsor:

- in volantini, inviti, manifesti relativi ad attività/iniziativa istituzionali;
- nel periodico comunale;
- nel sito WEB del Comune;
- in apposite targhette o cartelli;
- striscioni pubblicitari
- tabelloni informativi comunali per informazioni e comunicazioni alla cittadinanza (tipo display)

ART. 10 - Offerta di sostanziale mecenatismo

1. 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.11 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2.E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

ART. 12 - Accordi di collaborazione e Convenzioni

1. In quanto applicabile, la disciplina del presente regolamento viene utilizzata anche per le procedure relative agli "accordi di collaborazione" di cui all'art. 43

comma 1 della L. 449/1997 ed alle "convenzioni" di cui all'art. 43 comma 3 della L. 449/1997.

ART. 13 - Rinvii

1.Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento, troveranno applicazione:

- a) norme comunitarie, nazionali e regionali;
- b) lo Statuto comunale;
- c) i Regolamenti comunali;

2.Le norme del presente regolamento s'intendono modificate per effetto di sopravvenute norme di carattere sopraordinato.

3.In tali casi, in attesa della formale modifica del presente Regolamento, si applica la normativa sopravvenuta.