

COMUNE DI SANTA LUCE

Prov. Pisa

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione C.C. n. 10 del 30.03.2004

Art. 1 **Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:
 - a) per “*sponsorizzazione*” la relazione a carattere di accordo negoziale tradotta in un contratto atipico a prestazioni corrispettive con funzione di pubblicità;
 - b) per “*sponsor*” il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità ad altro soggetto, veicolatore a fini pubblicitari del segno distintivo individuato dallo *sponsor* stesso;
 - c) per “*sponsee*” il soggetto *sponsorizzato* che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello *sponsor* in modi previsti da contratto.
2. Ai fini del presente regolamento sono individuati:
 - a) come “Amministrazione”, il Comune di Santa Luce, parte di un contratto di *sponsorizzazione*;
 - b) come logo, marchio o segno distintivo le rappresentazioni grafiche o le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo *sponsor* come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale, da veicolare a fini pubblicitari.

Art. 2 **Oggetto e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività dell'Amministrazione dirette a realizzare, in attuazione di obiettivi definiti, *sponsorizzazioni* sia con ruolo di *sponsor*, sia con ruolo di *sponsee*, nonché le relative procedure.
2. L'Amministrazione operante come *sponsor* procede alla stipulazione di contratti di *sponsorizzazione* non alterando il proprio ruolo di neutralità e l'imparzialità della propria azione, in conformità ai principi costituzionali e normativi vigenti, al fine di ottenere benefici d'immagine significativi dall'associazione con iniziative, attività o progetti di qualificati soggetti pubblici e privati.
3. L'Amministrazione operante come *sponsee* procede alla stipulazione di contratti di *sponsorizzazione* con qualificati soggetti pubblici e privati al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi da essa erogati, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché al fine di acquisire risorse destinate a consentire risparmi di spesa.
4. L'attivazione delle procedure finalizzate alla stipulazione di contratti di *sponsorizzazione* è sempre preceduta da adeguata valutazione dei costi e dei benefici connessi e correlabili ed è comunque definita da specifici provvedimenti dell'Amministrazione.
5. Sono esclusi dalla stipula di contratti di *sponsorizzazione* quei soggetti, privati o pubblici, che abbiano in atto controversie di natura giuridica con l'Comune di Santa Luce.

Art. 3 **Natura patrimoniale delle obbligazioni assunte dallo sponsee**

1. In relazione ai contratti di *sponsorizzazione* stipulati dall'Amministrazione vale il principio per cui l'obbligazione assunta dallo *sponsorizzato* ha piena natura patrimoniale ai sensi dell'art. 1174 del Codice Civile.

Art. 4 **Ruolo dell'Amministrazione come sponsor**

1. L'Amministrazione perviene alla formalizzazione di contratti di *sponsorizzazione* nei quali assume il ruolo di *sponsor* al fine di favorire la veicolazione della propria immagine o della

rappresentazione di proprie politiche e strategie di marketing.

Art. 5

Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione sponsor

1. L'amministrazione perviene alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione nei quali assume la veste di *sponsor* sulla base di specifiche determinazioni inerenti l'individuazione dei progetti o delle iniziative da sostenere, con indicazione della motivazione della scelta delle stesse in relazione al presumibile ritorno d'immagine.
2. Il contratto di sponsorizzazione stipulato ai sensi del precedente comma, contiene:
 - le configurazioni generali delle finalizzazioni del rapporto contrattuale;
 - gli obblighi dello *sponsor* e dello *sponsee*;
 - i profili economici della sponsorizzazione;
 - le clausole condizionanti il rapporto.

Art. 6

Ruolo dell'Amministrazione Comunale quale sponsee

1. L'Amministrazione opera come *sponsee*, in relazione a progetti, iniziative, interventi per i quali intende acquisire risorse qualificate o significativo sostegno alle proprie attività di sviluppo delle finalità istituzionali.
2. Nell'ambito dei contratti di sponsorizzazione nei quali opera come *sponsee*, l'Amministrazione definisce clausole operative riguardanti le proprie prestazioni per la veicolazione di segni distintivi dello *sponsor* secondo principi di coerenza con le proprie capacità organizzative e di equilibrio rispetto ai valori della sponsorizzazione complessivamente intesi.

Art. 7

Profili procedurali generali per l'acquisizione di sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione perviene alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione previa individuazione di qualificati soggetti che assumono la veste di *sponsor*.
2. La selezione degli *sponsor* potenziali è sollecitata con apposito avviso pubblico, che può essere inviato, per maggiore pubblicità, a soggetti pubblici e privati individuati nell'ambito del territorio locale, regionale o nazionale, salvo quanto previsto dal successivo art. 9.
3. In presenza di proposte di sponsorizzazione concorrenti, l'Amministrazione adotta criteri selettivi.
4. Per ogni contratto di sponsorizzazione, l'Amministrazione definisce preliminarmente il valore dello stesso, esplicitando le peculiarità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento sponsorizzato al fine di farne rilevare la correlazione con le componenti economiche della sponsorizzazione.

Art. 8

Elementi necessari dell'avviso pubblico

1. L'avviso pubblico per la sollecitazione di manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione di progetti, iniziative o interventi dell'Amministrazione è da questa predisposto con una struttura che contiene almeno i seguenti elementi:
 - a) descrizione dell'attività sponsorizzata;
 - b) valore della sponsorizzazione;
 - c) vantaggi potenziali per lo *sponsor*;
 - d) obblighi generali dello *sponsor*;
 - e) forme di veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor* da parte dello *sponsee*;
 - f) procedure di valutazione delle proposte;
 - g) passaggi per la formalizzazione del rapporto tra *sponsor* e *sponsee*.

Art. 9

Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

1. L'Amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di *sponsor* di progetti o iniziative comunali, manifestino spontaneamente la loro volontà.
2. Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

Art. 10

Regolazione dei possibili conflitti di interesse

1. L'Amministrazione non può stipulare contratti di sponsorizzazione con *sponsor* con i quali sussistano contrasti di interesse in relazione alla conflittualità tra la propria attività istituzionale e le attività dello *sponsor* stesso o il particolare segno distintivo dal medesimo utilizzato nell'ambito della sponsorizzazione .
2. Gli elementi ingeneranti conflitti di interesse possono rappresentare causa di esclusione di proposte di sponsorizzazione da confronti concorrenziali o di mancata valutazione delle stesse in relazione a manifestazioni di interesse spontanee.

Art. 11

Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. L'Amministrazione può definire le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile per stimolare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.
2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicitate clausole di esclusiva:
 - a) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di *sponsor*;
 - b) commerciale, con formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di *sponsor*, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
3. L'Amministrazione evidenzia la sussistenza di clausole di esclusiva generale o commerciale in tutti gli atti preliminari alla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione, in particolare per gli avvisi di sollecitazione alla presentazione di manifestazioni di interesse, nei quali devono essere comunque indicati i criteri di selezione delle proposte di sponsorizzazione concorrenti in relazione alle esclusive.

Art. 12

Proposte di sponsorizzazione concorrenti

1. In presenza di proposte di sponsorizzazione concorrenti ed a fronte della sussistenza di clausole di esclusiva nei relativi contratti, l'Amministrazione definisce specifici criteri di selezione delle migliori manifestazioni di interesse.
2. I criteri per il confronto e la valutazione delle proposte di sponsorizzazione sono definiti con particolare riferimento al valore economico delle stesse ed ai vantaggi complessivi per l'Amministrazione.

Art. 13

Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione Comunale come sponsee

1. I rapporti relativi alla sponsorizzazione nella quale l'Amministrazione opera con ruolo di *sponsee* sono formalizzati in specifico contratto, nel quale sono precisati:
 - a) le finalizzazioni generali della sponsorizzazione;
 - b) gli obblighi dello *sponsor* e dello *sponsee*;
 - c) i profili economici della sponsorizzazione;
 - d) le clausole condizionanti il rapporto;
 - e) la disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello *sponsor*;
 - f) le forme di veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor*;
 - g) gli strumenti di valutazione dell'efficacia della sponsorizzazione;
 - h) le clausole inerenti la risoluzione del contratto e delle controversie.
2. In relazione a contratti di sponsorizzazione comportanti per l'Amministrazione finanziamenti, destinati per la migliore realizzazione dell'iniziativa, negli stessi possono essere previste clausole che garantiscano lo *sponsor* dell'investimento, da parte dello *sponsee*, di un complesso di risorse dello stesso valore di quelle erogate a titolo di corrispettivo.
3. I contratti di sponsorizzazione nei quali l'Amministrazione assume ruolo di *sponsee* possono avere a titolo di corrispettivo anche la messa a disposizione di beni e di servizi per valore pari a quello del contratto.

Art. 14

Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure di selezione di contraenti per appalti di servizi

1. L'Amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi inerenti contratti attivi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione.
2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

Art. 15

Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di *sponsee* anche l'esecuzione di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. I contratti stipulati nel rispetto delle previsioni di cui al precedente comma 1 contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello *sponsor*.

Art. 16

Profili procedurali e garanzie inerenti gli sponsor realizzatori di opere pubbliche

1. Gli *sponsor* che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. I soggetti eventualmente individuati dagli *sponsor* quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 17
Accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione

1. L'Amministrazione perviene alla formalizzazione di accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione, coinvolgenti soggetti pubblici e privati, a fronte di situazioni nelle quali sia necessario definire relazioni plurilaterali, inerenti rapporti di collaborazione o traduttive di interazioni progettuali.
2. Gli accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione contengono comunque elementi definitivi delle relazioni tra uno o più soggetti con veste di *sponsor* ed uno o più soggetti con veste di *sponsee*, tra i quali rientra l'Amministrazione

Art. 18
Convenzioni con soggetti pubblici

1. L'Amministrazione perviene alla stipulazione di convenzioni per sponsorizzazione con soggetti pubblici, finalizzate ad associare l'immagine dello *sponsor* a trasferimenti di competenze, anche in forma di consulenza, o a progetti ed iniziative comportanti una potenziale ampia veicolazione dell'immagine dell'Amministrazione stessa.
2. Le convenzioni di cui al precedente comma 1 configurano comunque gli elementi a valenza economica e le prestazioni a valenza patrimoniale in corrispettivo.

Art. 19
Tutela dei marchi

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Amministrazione 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.
2. L'Amministrazione 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. 20
Fiscalità inerente le sponsorizzazioni

1. In relazione alle prestazioni definite nei contratti di sponsorizzazione dei quali l'Amministrazione è parte, essa opera al fine di consentire agli altri contraenti la piena conoscenza dei vantaggi fiscali connessi agli investimenti in pubblicità.
2. Per far fronte agli obblighi fiscali connessi alle *sponsorizzazioni*, l'Amministrazione adotta tutti gli atti di natura amministrativa, contabile e fiscale necessari.

Art. 21
Entrata in vigore ed abrogazioni

1. Dal momento dell'entrata in vigore del presente regolamento si intendono abrogate le disposizioni dei regolamenti comunali con esso incompatibili.

COMUNE SANTA LUCE
Prov. Pisa

***REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA DELLE
SPONSORIZZAZIONI***

Approvato con deliberazione C.C. n. _____ il _____
Esecutivo dal _____