



COMUNE DI ISERA

Regolamento per le sponsorizzazioni

Approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. 25 del 29.07.2021

SOMMARIO

Indice generale

TITOLO I.....	3
SPONSORIZZAZIONI	3
Articolo 1	3
Definizioni.....	3
Articolo 2	3
Oggetto e finalità.....	3
Articolo 3	3
Progetto di sponsorizzazione	3
Articolo 4	4
Corrispettivi delle sponsorizzazioni.....	4
Articolo 5	4
Iniziative spontanee di sponsorizzazione.....	4
Articolo 6	4
Procedura di scelta dello sponsor	4
Articolo 7	5
Sponsorizzazione in esclusiva.....	5
Articolo 8	5
Contenuti del contratto di sponsorizzazione.....	5
Articolo 9	5
Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure d'appalto.....	5

TITOLO I
SPONSORIZZAZIONI

Articolo 1

Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento per “contratto di sponsorizzazione” si intende un contratto mediante il quale un terzo (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a favore del Comune di Isera, che a sua volta si impegna, a diffondere il nome dello sponsor.

Articolo 2

Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'Amministrazione oppure su spazi gestiti dall'Amministrazione.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare economie e miglior qualità dei servizi istituzionali.
3. I contratti di sponsorizzazione devono essere attivati nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
4. La scelta dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità. Il principio di economicità può essere subordinato ai criteri, previsti dal bando, ispirati a esigenze sociali, nonché alla tutela della salute e dell'ambiente e alla promozione dello sviluppo sostenibile.
5. L'Amministrazione si riserva di assumere il ruolo di sponsor al fine di favorire la veicolazione della propria immagine nella prospettiva di realizzare forme di marketing territoriale.

Articolo 3

Progetto di sponsorizzazione

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere diretti:
 - a) a sostenere attività dell'ente quali manifestazioni culturali o sportive o sociali o di promozione del territorio;
 - b) a sostenere le spese di manutenzione e/o restauro di beni comunali (es. abbinamento dello sponsor ad una piazza, ad un area verde, ad un parco pubblico, ecc);
 - c) a sostenere le spese di fornitura di beni e servizi (es. lo sponsor sostiene la fornitura di giochi nei parchi, di panchine, di fontane, di pensiline, di veicoli ecologici, di rastrelliere per biciclette, di infopoint, ecc.);
 - d) a concedere spazi pubblicitari (es cantieri comunali, transenne stradali, spazi su documentazione e veicoli dell'ente, ecc.);
 - e) sponsorizzazioni di opere pubbliche nel rispetto di quanto previsto dal codice per gli appalti (D.Lgs. 163/2006).

Articolo 4

Corrispettivi delle sponsorizzazioni

1. Il contratto di sponsorizzazione può prevedere a titolo di corrispettivo:
 - a) somme in denaro;
 - b) servizi, lavori e forniture acquisiti e/o realizzati a cura e a spese dello sponsor; gli esecutori delle prestazioni devono essere in possesso di tutti i requisiti.

Articolo 5

Iniziativa spontanee di sponsorizzazione

1. L'amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti che presentino spontaneamente la volontà di assumere il ruolo di sponsor.
2. L'Amministrazione ha la facoltà di accettare o meno proposte di sponsorizzazione.

Articolo 6

Procedura di scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor, oltre a quanto previsto all'art. 5 è preceduta dal confronto concorrenziale secondo i principi del codice dei contratti, se compatibile con l'oggetto del contratto. I contratti di cui all'art. 3 sono assunti tramite affidamento diretto, da motivare di volta in volta, nei seguenti casi:
 - a) quando le prestazioni professionali sono tali da non consentire forme di comparazione con riguardo alla natura dell'incarico, all'oggetto della prestazione ovvero alle abilità/conoscenze/qualificazioni del contraente;
 - b) quando trattasi di particolari urgenze, connesse alla realizzazione dell'attività discendente dal contratto;
 - c) quando trattasi di prestazioni a carattere integrativo o complementare o non autonome rispetto a quelle previste in precedente contratto;
 - d) quando è rimasto infruttuoso il tentativo di un confronto concorrenziale;
 - e) negli altri casi previsti dalla legge provinciale in materia di contratti.
2. L'avviso di sponsorizzazione deve contenere i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor;
 - b) le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico dell'ente per la veicolazione della pubblicità;
 - c) modalità e termini di presentazione dell'offerta.
3. L'offerta deve contenere:
 - a) il bene, il servizio, l'immagine, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
4. E' facoltà dell'ente, qualora lo ritenga economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento di sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, attraverso una procedura di gara mediante definizione di un bando contenente le caratteristiche dell'incarico e la richiesta di presentazione di apposito progetto-offerta.

Articolo 7

Sponsorizzazione in esclusiva

1. Nell'ambito dei contratti di sponsorizzazione, possono essere esplicitate delle clausole di esclusiva generale o commerciale:
 - a) generale: comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto;
 - b) commerciale: con formalizzazione di rapporti con più soggetti, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
2. In ogni caso, le operazioni di sponsorizzazione non determinano alcuna incompatibilità con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi quali patrocinio, mecenatismo o iniziative di sensibilizzazione su tematiche di interesse collettivo.

Articolo 8

Contenuti del contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante la sottoscrizione tra le parti di apposito contratto nel quale vengono di norma richiamati:
 - a) oggetto e finalità;
 - b) impegni dello sponsor;
 - c) impegni del Comune;
 - d) determinazione del corrispettivo o controvalore in caso di permuta;
 - e) eventuali clausole di esclusiva;
 - f) durata del contratto;
 - g) verifiche contrattuali;
 - h) clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Articolo 9

Utilizzo delle sponsorizzazioni in relazione a procedure d'appalto

1. L'amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi, forniture o di opere pubbliche, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione, a parziale scomputo dell'onere correlato al valore dell'appalto.
2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione all'affidamento dell'appalto.