



# REGOLAMENTO SULLE SPONSORIZZAZIONI

Delibera Consiglio Provinciale n. 104 del 13 NOV. 2014

allegato n. 1 alla deliberazione del C.P. n. 104 del  
pagine n. (14/8) IL SEGRETARIO GENERALE

13 NOV. 2014

Dott.ssa Paola Maria La Ferla

## INDICE

Art. 1	Oggetto e finalità
Art. 2	Definizioni
Art. 3	Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni
Art. 4	Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive
Art. 5	Corrispettivo delle sponsorizzazioni
Art. 6	Pagamento del corrispettivo in denaro della sponsorizzazione
Art. 7	Esclusiva generale e commerciale
Art. 8	Scelta dello sponsor
Art. 9	Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor
Art. 10	Affidamento diretto
Art. 11	Qualificazione dello sponsor
Art. 12	Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione
Art. 13	Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto
Art. 14	Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale
Art. 15	Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor
Art. 16	Aspetti contabili e fiscali
Art. 17	Controlli
Art. 18	Incentivazione della produttività
Art. 19	Rinvio

## **ART. 1 - OGGETTO E FINALITA'**

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dalla Provincia, in attuazione delle disposizioni dell'art. 43 della Legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs 267/2000, dell'art. 120 del D.Lgs 42/2004, dell'art. 26 del D.Lgs 163/2006, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della legge 241/1990.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità di finanziamento delle attività della Provincia ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento dell'interesse pubblico.

## **ART. 2 - DEFINIZIONI**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a. per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte (*sponsor*) si obbliga a versare una somma di denaro, a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori a favore dell'altra parte (*sponsee*) la quale le garantisce, nell'ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto; l'obbligazione dello *sponsee* costituisce obbligazione di mezzi e non di risultato, pertanto essa deve intendersi adempiuta quando vi sia stata la realizzazione dell'evento, iniziativa o progetto dedotto nel contratto, indipendentemente dall'effettivo ritorno di immagine;
  - b. per "sponsorizzatore" o "*sponsor*": il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, stipula il contratto di sponsorizzazione;
  - c. per "sponsorizzato" o "*sponsee*": il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello *sponsor* nell'ambito dei propri eventi, iniziative o progetti;
  - d. per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni, messo a disposizione dello *sponsor*.

## **ART. 3 - INDIVIDUAZIONE, PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le iniziative di sponsorizzazione da offrire ai potenziali *sponsor* sono, di norma, individuate e programmate dalla Giunta Provinciale. Nel corso dell'anno la Giunta può altresì formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.
2. Possono essere individuate spese ed attività la cui realizzazione è vincolata alla conclusione di contratti di sponsorizzazione.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni e i servizi a carico del bilancio provinciale.
4. I dirigenti, nell'ambito della propria competenza, predispongono progetti operativi contenenti le attività oggetto di sponsorizzazione, la durata e le clausole di tutela derivanti da eventuali inadempienze.

#### **Art. 4 - DIRITTO DI RIFIUTO, ESCLUSIONI OGGETTIVE E SOGGETTIVE**

1. La Provincia rifiuta qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
  - a. ritenga che possa derivare un conflitto d'interessi tra l'attività pubblica e quella dello *sponsor*;
  - b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine od alle proprie iniziative;
  - c. reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto:
  - a. propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;
  - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche;
  - c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:
  - a. non sono in possesso dei requisiti di ordine generale previsti dall'art. 38 del D.Lgs 163/2006;
  - b. si trovano in condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione;
  - c. non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano i seguenti principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 del 13 agosto 2003 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani:
    - diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio,
    - diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
    - diritti dei lavoratori
    - 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;
    - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
    - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

#### **Art. 5 - CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1. I contratti di sponsorizzazione nei quali la Provincia è parte possono prevedere, a titolo di corrispettivo dovuto dallo *sponsor*:
  - a. somme di denaro;
  - b. forniture di beni, servizi o lavori, acquisiti o realizzati a cura e spese dello *sponsor*.
2. In caso di operazioni permutative, si assume quale controvalore monetario del contratto il valore di mercato della fornitura dei beni, dei servizi o dei lavori, effettuati dallo *sponsor*.

#### **Art. 6 - PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO IN DENARO DELLA SPONSORIZZAZIONE**

1. Ove il corrispettivo della sponsorizzazione sia costituito da una somma di denaro, il pagamento avviene, di norma, almeno nella misura del 30% al momento della stipula del contratto e nella misura restante entro i 15 giorni successivi alla conclusione dell'iniziativa correlata.

2. Se richiesto dalla Provincia, ed in considerazione dell'attività/iniziativa, lo sponsor deve prestare apposita garanzia fideiussoria per il pagamento del corrispettivo, costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, contenente e clausole di cui all'art. 113, comma 2, del D.Lgs. 163/2006.

#### **Art 7 - ESCLUSIVA GENERALE E COMMERCIALE**

1. La Provincia può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale ove lo ritenga opportuno per reperire maggiori risorse o per conseguire sponsorizzazioni di miglior profilo qualitativo.
2. Le ipotesi di esclusiva sono le seguenti:
  - a. esclusiva generale: comportante la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di *sponsor* unico della Provincia per un determinato periodo;
  - b. esclusiva commerciale: con conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi *sponsor*, ciascuno individuato come controparte unica per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o di attività.
3. Ove la Provincia intenda concludere contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale, evidenzia la sussistenza di dette clausole in tutti gli atti preliminari alla conclusione dei contratti. Le clausole di esclusiva devono essere espressamente previste.

#### **Art. 8 - SCELTA DELLO SPONSOR**

1. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità
2. La scelta dello *sponsor* è effettuata mediante procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo art. 9.
3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul profilo di committente della Provincia e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso e ai potenziali partecipanti.
4. L'avviso deve indicare almeno:
  - l'oggetto della sponsorizzazione;
  - i requisiti di partecipazione alla procedura selettiva;
  - le modalità ed il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 15 giorni;
  - l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
  - i criteri di valutazione delle offerte;
  - l'eventuale importo minimo, a base della procedura selettiva, richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
  - l'eventuale diritto di prelazione a norma del successivo art. 9;
  - L'ufficio procedente ed il responsabile del procedimento.
5. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo.
6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere, fra l'altro:
  - le dichiarazioni richieste dall'avviso;
  - l'accettazione incondizionata di quanto previsto nell'avviso e nel presente regolamento;
  - l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed il farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

## **Art 9 – RECEPIMENTO DI PROPOSTE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR**

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga alla Provincia una proposta spontanea di sponsorizzazione, il dirigente dell'ufficio competente valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte della Giunta, predispone apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui al precedente art. 8, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dalla Provincia. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

## **Art. 10 – AFFIDAMENTO DIRETTO**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione, anche su proposta dello sponsor, nei seguenti casi:
  - a. in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 8;
  - b. in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
  - c. nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a € 10.000,00 (IVA esclusa).
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente procedente.

## **ART. 11 QUALIFICAZIONE DELLO SPONSOR**

1. Qualora i lavori, i servizi e le forniture siano acquisiti o realizzati a cura dello sponsor, lo stesso, oltre a quanto previsto dall'art. 4 del presente regolamento, deve essere in possesso dei requisiti di qualificazione per gli esecutori dei contratti pubblici.
2. Per i lavori pubblici, le imprese esecutrici devono possedere i requisiti di qualificazione previsti dalla normativa vigente al momento dell'affidamento.

## **Art. 12 – CONTENUTI MINIMI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno definiti:
  - a. l'oggetto del contratto;
  - b. gli obblighi delle parti;
  - c. il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
  - d. la durata del contratto;
  - e. l'eventuale clausola di esclusiva generale o commerciale;
  - f. i controlli sull'attività dello sponsor;
  - g. la facoltà di recesso da parte della Provincia;
  - h. la risoluzione del contratto per inadempimento;
  - i. la competenza del foro di Lucca in caso di controversie;
  - j. la disciplina delle spese contrattuali;

2. Nel contratto deve essere prevista la facoltà della Provincia di recedere prima della scadenza, previa tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve essere inoltre prevista la clausola risolutiva espressa nel caso in cui lo sponsor rechi danno all'immagine della Provincia, fermo restando il diritto al risarcimento del danno.

#### **ART. 13 – SPONSORIZZAZIONI ACCESSORIE E CONTRATTI D'APPALTO**

1. La Provincia può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale.
2. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso meramente marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

#### **ART. 14 – SPONSORIZZAZIONI DI INTERVENTI DI RESTAURO E MANUTENZIONE SU BENI SOTTOPOSTI A TUTELA ARTISTICA, ARCHITETTONICA E CULTURALE**

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del D.Lgs 42/2004, si applicano, oltre alle norme previste nel presente regolamento, le specifiche disposizioni in materia.
2. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottosti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti, per assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

#### **ART. 15 – AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RICERCA DELLO SPONSOR**

1. La Provincia, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite la procedura per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs 163/2006 e dai regolamenti provinciali in materia di contratti.

#### **ART. 16 ASPETTI CONTABILI E FISCALI**

1. I corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono previsti in bilancio e nel P.E.G. ad inizio anno, o durante l'anno con variazione, nel rispetto dell'ordinamento finanziario e contabile. I corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati al bilancio in entrata ed in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del bilancio e la normativa fiscale.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3. Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.
4. Quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è costituito da forniture di beni o servizi o da lavori da effettuare dallo sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di doppia fatturazione, ovvero di fatturazione dello sponsor alla Provincia del

valore del bene, del servizio o del lavoro, soggetto ad IVA, e di fatturazione della Provincia allo sponsor di un pari importo, soggetto ad IVA, per l'attività di sponsorizzazione.

#### ART. 17 - CONTROLLI

1. L'ufficio procedente impartisce le prescrizioni opportune in ordine all'esecuzione del contratto di sponsorizzazione e vigila sul suo adempimento.
2. I contratti di sponsorizzazione sono inoltre soggetti a controlli da parte dell'ufficio individuato come competente, al fine di accertare la correttezza di quanto convenuto sia sotto il profilo normativo che per gli aspetti procedurali, tecnici, organizzativi e finanziari.

#### ART. 18 - INCENTIVAZIONE DELLA PRODUTTIVITA'

1. Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, il fondo per il trattamento economico accessorio dei dipendenti ed il fondo per la retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza possono essere incrementati di una quota percentuale fino al 10% (IVA esclusa) delle risorse effettivamente introitate nell'anno dalla Provincia per contratti di sponsorizzazione, con esclusione delle sponsorizzazioni reperite ai sensi del precedente art. 15.

#### ART. 19- RINVIO

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti provinciali applicabili.

Allegato 1 alle deliberazioni del C.P. n. 104 del 13 NOV. 2014  
pagine n. (8 di 8)  
ULTIMA  
SECRETARIO GENERALE

Paola Maria La Ferla