



**Regolamento per la disciplina e la gestione dei contratti di
sponsorizzazione**

Art. 1 - Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dal Consorzio "I Castelli della Sapienza", in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, nell'art. 19 del D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50;
2. Le disposizioni del presente Regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione attuabili dal Consorzio, allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Consorzio ed è finalizzato a promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e a favorire il miglioramento organizzativo realizzando: - una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio; - una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività; - economie di spesa.

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, ovvero il Consorzio) la quale 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 "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 di 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 dallo sponsor;

e) per "sponsorizzazione di puro finanziamento": il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a versare esclusivamente una somma di denaro;

f) per "sponsorizzazione tecnica": il contratto mediante il quale lo sponsor si obbliga a fornire beni o servizi o ad effettuare lavori.

Art. 3 - Individuazione, programmazione e gestione della sponsorizzazioni

1. Le iniziative di sponsorizzazione devono, a prescindere dall'importo, essere approvate con delibera del Consiglio di Amministrazione che fornirà, all'uopo, apposito indirizzo agli uffici competenti
2. Il Consorzio può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici.
3. Il ricorso alle sponsorizzazioni può comunque riguardare tutti i beni, i servizi e le iniziative programmate dal Consorzio.

Il Consorzio può definire contratti di sponsorizzazione in esclusiva generale o commerciale.

L'esclusiva generale comporta la conclusione del contratto di sponsorizzazione con un soggetto in veste di sponsor unico del Consorzio per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o attività; l'esclusiva commerciale permette al Consorzio la conclusione di più contratti di sponsorizzazione con diversi sponsor per una specifica iniziativa, evento, progetto, categoria merceologica o attività.

Art. 4 - Diritto di rifiuto, esclusioni oggettive e soggettive

1. Il Consorzio si riserva il diritto a rifiutare la proposta di sponsorizzazione e può recedere dal contratto qualora

- a) ritenga possa derivare un conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella dello sponsor;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario o nei mezzi utilizzati dallo Sponsor un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative/attività;
- c) reputi la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di pubblico interesse.
- d) lo Sponsor abbia in atto controversie giudiziarie con il Consorzio

2. Sono escluse, in ogni caso, le sponsorizzazioni aventi per oggetto: a) la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa; b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, medicinali o cure mediche, gioco d'azzardo; - c). messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia; d) messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

Le modalità di associazione dei segni distintivi dei soggetti terzi devono presentare caratteri tali da essere coerenti con la natura dell'iniziativa e comunque non lesivi della dignità istituzionale del Consorzio.

3. Sono comunque **esclusi** dai contratti di sponsorizzazione i soggetti che:

- a) non sono in possesso dei requisiti di ordine generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione, di cui all'art. 80 del D. Lgs, 18 aprile 2016, n. 50, per quanto applicabile;
- b) non dichiarano di rispettare o, comunque, non rispettano principi di - pari opportunità e al trattamento non discriminatorio; - il diritto alla sicurezza e alla salute delle persone: - i diritti dei lavoratori; -rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali-, della correttezza dei comportamenti imprenditoriali e pubblici; - obblighi riguardanti la tutela dei consumatori; - obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

Fatti salvi i poteri di controllo e verifica esercitabili dal Consorzio, l'interessato attesta il possesso dei requisiti di cui al precedente punto mediante dichiarazione sostitutiva resa ai sensi del D.P.R. 445 del 2000 e s.m.i.

Art. ____ - Scelta dello sponsor. Affidamenti sopra i 40.000 euro

L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, deve svolgersi esclusivamente tramite una procedura selettiva concorrenziale, con pubblicazione di apposito avviso, salvo quanto previsto dal successivo.

L'avviso è pubblicato all'albo pretorio on line del Consorzio per trenta giorni consecutivi.

L'avviso deve indicare almeno:

- l'oggetto della sponsorizzazione; - i requisiti di partecipazione: - le modalità e il termine per la presentazione delle offerte, che non può essere inferiore a 30 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.

5 Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso medesimo. Per la valutazione ci si potrà avvalere di apposita commissione nominata dal Responsabile del Procedimento

Art. ____ - Affidamento diretto

Fatta salva la facoltà di avviare procedure comparative tramite pubblicazione di avviso esplorativo, il Consorzio può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione senza previa pubblicazione di apposito avviso nelle seguenti ipotesi

- a) in caso sia stata esperita, per due volte, infruttuosamente la procedura selettiva di cui sopra
- b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristica dell'evento, dell'iniziativa oggetto di sponsorizzazione o dello Sponsor limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
- c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 40.000,00 (IVA esclusa).

Art. ____ - Contenuti minimi del contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata da apposito contratto nel quale, in particolare, sono almeno stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto ovvero il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
- b) gli obblighi delle parti e delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) l'autorizzazione a favore del Consorzio in merito all'utilizzo del nome/logo/marchio/ segno distintivo dello Sponsor;
- d) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione;
- e) la durata del contratto
- f) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
- g) la clausola di esclusiva generale o commerciale;

- h) i controlli sull'attività dello sponsor e le penali in caso d'inadempimento;
- i) la facoltà di recesso da parte del Comune;
- j) la risoluzione del contratto per inadempimento;
- k) la disciplina delle spese contrattuali.

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

Art. ____ - Incentivazione della produttività

Al fine di incentivare la produttività ed il miglioramento organizzativo, nel rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro vigenti, il trattamento economico accessorio dei dipendenti può essere incrementato di una quota percentuale dei corrispettivi (IVA esclusa) effettivamente introitati nell'anno dal Consorzio per contratti di sponsorizzazione.

Art. ____ Riserva organizzativa

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

2. È tuttavia facoltà del Consorzio, 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. __ – Rinvio

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

2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di suo adeguamento espresso.

Art. ____ - Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore dopo la conseguita esecutività della deliberazione che lo approva