



**REGOLAMENTO  
PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI  
approvato con Delibera C.C. n. 71 del 16.06.2015**

**Art. 1 - Definizioni**

**Art. 2 - Oggetto e finalità**

**Art.3 - Mecenatismo**

**Art. 4 - La figura dello sponsor**

**Art. 5 Iniziative di sponsorizzazione – Tipologia – Procedura di individuazione**

**Art. 6 - L'attività di sponsee dell'amministrazione Comunale**

**Art. 7 – Scelta dello sponsor**

**Art. 8- Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor**

**Art. 9 - Affidamento diretto**

**Art. 10- Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto**

**Art. 11 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

**Arti. 12 - Affidamento del servizio di ricerca dello *sponsor***

**Art. 13- Contratto di sponsorizzazione**

**Art. 14 - Verifiche e controlli**

**Art. 15 - Diniego di sponsorizzazione**

**Art. 16 – Disposizioni fiscali**

**Art. 17 - Norme di rinvio**

## **Art. 1 - Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) Per “contratto di sponsorizzazione”: un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l’Amministrazione Comunale (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto a fronte dell’obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore dell’Amministrazione comunale;
- b) Per “sponsorizzazione”: ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d’immagine;
- c) Per “soggetto promotore” la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Sesto Fiorentino;
- d) Per “sponsor”: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, singolarmente o associate tra di loro, che intenda/no stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Sesto Fiorentino;
- e) Per “sponsee” si intende il Comune di Sesto Fiorentino;
- f) Per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune di Sesto Fiorentino per le attività promozionali e pubblicitarie dello sponsor.

## **Articolo 2 - Oggetto e Finalità della sponsorizzazione**

1. Il presente Regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge, in materia (art.43 L. 27.12.1997, n. 449 , art. 119 D.lgs 267/00- art. 26 del D.Lgs. 163/2006) disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell’Amministrazione comunale alla sponsorizzazione, come opportunità di finanziamento delle proprie attività istituzionali.

2. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate, in particolare, al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché alla realizzazione di progetti e all’erogazione di servizi a carattere innovativo – sperimentale.

3. La sponsorizzazione si deve concretizzare in una minore spesa o una maggiore entrata ( sponsorizzazione di mero finanziamento) o consistere nella realizzazione o acquisizione, a propria cura e spese, di lavori, beni o servizi ( sponsorizzazione tecnica)

Essa pertanto consiste nel reperimento da terzi di risorse finanziarie e/o strumentali finalizzate a:

- a) realizzazione di opere e di lavori pubblici, fornitura di beni e servizi, la cui esecuzione rimane a carico di questo Comune;
- b) progettazione e/o esecuzione di opere e lavori pubblici espletati direttamente dallo sponsor o da altro soggetto (se dotato dei requisiti di legge) investito di tale onere dal soggetto sponsorizzante;
- c) progettazione e/o fornitura di beni e servizi espletati direttamente dallo sponsor o da altro soggetto (se dotato dei requisiti di legge) investito di tale onere dal soggetto sponsorizzante;
- d) programmazione, progettazione ed esecuzione di iniziative culturali, attività progettuali, o più genericamente, di iniziative da realizzarsi da parte di questo Comune e riconducibili ai fini propri dell’Ente.

5. Allo scopo di agevolare l’intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell’Ente, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

6. Ai sensi dell’art. 6, c. 9, D.L. 78/2010 il Comune di Sesto Fiorentino non può effettuare spese di sponsorizzazione, ma può assumere solo la veste di sponsee.

### **Art.3 - Mecenatismo**

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 "mecenatismo" da parte dello sponsor, non sono soggette alla procedura selettiva di cui al presente regolamento, ma sono formalizzate, con provvedimento di affidamento diretto del Dirigente qualunque sia il valore della prestazione resa.

### **Art. 4 – La figura dello sponsor**

Possono assumere la veste di "sponsor" i seguenti soggetti:

- a) persone fisiche o giuridiche
- b) associazioni senza fini di lucro, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune;

Lo sponsor dovrà possedere i requisiti per contrattare con la pubblica amministrazione, previsti dall'art. 38 del Codice dei contratti pubblici, nonché, qualora esegua direttamente lavori servizi e forniture di importo superiore a 40.000 euro, i requisiti previsti per la qualificazione dei progettisti e degli esecutori dei contratti pubblici analoghi.

### **Art. 5 Iniziative di sponsorizzazione – Tipologia – Procedura di individuazione**

Per incentivare il ricorso alla sponsorizzazione, l'Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati.

1. Le iniziative di sponsorizzazione si suddividono nelle seguenti tipologie:

a) *iniziative di sponsorizzazione riconducibili a un evento correlato alle attività dell'ente.*

Tra questi in particolare:

1. sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali e di promozione turistica
2. abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento; di una piazza; di una via; di un ponte; di un'isola pedonale; di una fontana; di una pensilina e altro)
3. cura di aree verdi, anche di pertinenza stradale, affidate a ditte (il marchio dell'impresa potrà essere esposto presso il giardino curato dall'ente a spese della ditta o direttamente dalla ditta stessa) oppure in aree pubbliche individuate di comune accordo
4. servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole e palestre, e simili)
5. fornitura di beni (es. panchine, fioriere, arredo urbano, rastrelliere porta bicicletta, stampati e altro)
6. fornitura di infopoint e altri strumenti della tecnologia digitale diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'ente
7. progettazioni, esecuzione direzione lavori, relative a opere pubbliche, o manutenzione delle stesse nel rispetto di quanto previsto dal decreto legislativo n. 163/2006
8. altre iniziative similari a quelle evidenziate nei punti precedenti

b) *iniziative di sponsorizzazione su spazi e immagini riconducibili all'ente.*

Tra questi in particolare:

1. sponsorizzazioni sul sito internet dell'ente: trattasi della possibilità di inserire sul sito appositi spazi pubblicitari per le imprese private riservandosi la clausola di gradimento
2. concessione del marchio dell'ente come strumento promozionale. Trattasi di marchio commerciale di derivazione dallo stesso stemma istituzionale, che può essere concesso ad imprese

private per l'apposizione dello stesso sui propri prodotti, sulle insegne, in abbinamento ai logo aziendali ecc.

3. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno dell'ente o ad esso riferibili (es. bacheche, ascensori, sale riunioni ritenute idonee, scuole, palestre, piscine, impianti sportivi, cantieri ecc)

4. utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione dell'ente (es. bollette acqua e gas, parking voucher, ecc.)

5. titolazione di spazi (es. sale del teatro, palestre, sale riunioni, altro)

6. abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di un monumento; di una piazza; di una via; di un ponte; di un'isola pedonale; di una fontana; di una pensilina e altro)

7. utilizzo di spazi sui veicoli dell'ente (es. auto, autobus, ecc)

8. predisposizione di gadget (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento ente – azienda sponsorizzata

9. altri interventi similari a quelli riportati nei precedenti punti, anche riferiti a spazi o immagini che si dovessero rendere disponibili in futuro.

### **Articolo 6 - L'attività di sponsee dell'Amministrazione Comunale**

1. Il presente regolamento autorizza in via generale la Giunta Comunale a ricorrere al finanziamento tramite sponsorizzazioni con l'approvazione del PEG (Piano Esecutivo di Gestione) e delle sue successive variazioni ovvero, assume apposite deliberazioni per iniziative specifiche.

3. Sono di competenza del Dirigente preposto al servizio interessato, in stretta collaborazione con il Dirigente dei Servizi Finanziari che integra ed aggiorna il PEG, le fasi attuative e gestionali inerenti le iniziative di cui ai commi precedenti.

4. Per attività di particolare rilevanza o sia opportuno o previsto il ricorso alla procedura di evidenza pubblica per la scelta dello sponsor, il Dirigente incarica dello svolgimento del procedimento il Servizio Gare.

5. L'Amministrazione, qualora lo ritenga più conveniente, può affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni, ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario individuate mediante procedura ad evidenza pubblica.

### **Art. 7 – Scelta dello sponsor**

1. L'affidamento dei 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. 8.

3. L'avviso è pubblicato all'albo pretorio, sul profilo di committente del Comune e con altre eventuali modalità ritenute di volta in volta le più adeguate in relazione alla specifica procedura, al corrispettivo atteso ed 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. 8;

- l'ufficio precedente 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 a farsi carico degli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario, alle relative autorizzazioni, al pagamento di eventuali tributi o canoni.

#### **Art. 8 – Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor**

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga al Comune 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. 7, 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 dal Comune. In questo caso, il promotore originario è dichiarato aggiudicatario.

#### **Art. 9 - Affidamento diretto**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 7;
- 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 ad € 40.000,00 (IVA esclusa).

2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente precedente.

#### **Art. 10 – Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto**

1. Il Comune 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.

#### **Articolo 11 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

1. Per i 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 della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, si applicano i principi per la scelta dello sponsor, le disposizioni di cui all'art. 199 bis del D.Lgs. 163/2006.

2. Al fine di assicurare il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, l'Amministrazione per la realizzazione degli interventi relativi ai beni culturali integra il programma triennale dei lavori con un apposito allegato che indica i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali intende ricercare sponsor per il finanziamento o la realizzazione degli interventi. A tal fine provvede a predisporre i relativi studi di

fattibilità, anche semplificati, o i progetti preliminari. In tale allegato possono essere altresì inseriti gli interventi per i quali siano pervenute dichiarazioni spontanee di interesse alla sponsorizzazione. La ricerca dello sponsor avviene mediante bando pubblicato sul sito istituzionale dell'Amministrazione per almeno trenta giorni. Di detta pubblicazione è dato avviso su almeno due dei principali quotidiani a diffusione nazionale e nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, nonché per contratti di importo superiore alle soglie di cui all'arti nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea. L'avviso contiene una sommaria descrizione di ciascun intervento, con l'indicazione del valore di massima e dei tempi di realizzazione, con la richiesta di offerte in aumento sull'importo del finanziamento minimo indicato. Nell'avviso è altresì specificato se si intende acquisire una sponsorizzazione di puro finanziamento, ovvero una sponsorizzazione tecnica. Nel bando, in caso di sponsorizzazione tecnica, sono indicati gli elementi e i criteri di valutazione delle offerte. Nel bando e negli avvisi è stabilito il termine, non inferiore a sessanta giorni, entro il quale i soggetti interessati possono far pervenire offerte impegnative di sponsorizzazione. L'amministrazione procede a stilare la graduatoria delle offerte e può indire una successiva fase finalizzata all'acquisizione di ulteriori offerte migliorative, stabilendo il termine ultimo per i rilanci. L'amministrazione procede, quindi, alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha offerto il finanziamento maggiore, in caso di sponsorizzazione pura, o ha proposto l'offerta giudicata migliore, in caso di sponsorizzazione tecnica.

4. Nel caso in cui non sia stata presentata nessuna offerta, o nessuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano irregolari ovvero inammissibili, o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, l'Amministrazione può, nei successivi sei mesi, ricercare di propria iniziativa lo sponsor con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica. I progetti per i quali non sono pervenute offerte utili, ai sensi del precedente periodo, possono essere nuovamente pubblicati nell'allegato del programma triennale dei lavori dell'anno successivo.

#### **Art. 12 - Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor**

1. Il Comune, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli *sponsor* a soggetti da individuare tramite le procedure per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs. 163/2006 e dai regolamenti comunali in materia di contratti.

#### **Art. 13 - Contratto di sponsorizzazione**

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto in forma scritta nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata;
- b) il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione;
- c) l'importo della sponsorizzazione e le modalità di versamento
- d) le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le eventuali garanzie richieste e le responsabilità;
- e) gli obblighi dello sponsor, dello sponsee e la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento
- f) la disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
- g) le prescrizioni in materia di controversie e di spese contrattuali.

## **Art. 14 - Verifiche e controlli**

L'esecuzione del contratto è soggetta a periodiche verifiche da parte del responsabile del procedimento, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti quantitativi, qualitativi e finanziari.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale contestazione delle inadempienze producono gli effetti previsti dal contratto.

## **Art. 15- Diniego di sponsorizzazione**

1. La pubblica amministrazione, in generale, è tenuta ad accertarsi che lo sponsor sia un soggetto la cui reputazione presso il pubblico sia tale da non ledere o compromettere, nell'associazione tra nome dello sponsor e amministrazione sponsorizzata, la buona immagine e il prestigio della stessa amministrazione.

2. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva il diniego a offerta di sponsorizzazione oppure il diritto di risolvere il contratto di sponsorizzazione già concluso, previo congruo e motivato preavviso, qualora:

- ritenga che dalla stessa possa derivare un conflitto di interesse con l'attività pubblica o comunque per motivi di pubblico interesse.

- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;

3. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto:

- propaganda di natura politica, sindacale, o religiosa;

- promozione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, materiale bellico;

- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione tra i generi e/o tra le diverse etnie;

Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo.

4. L'Amministrazione Comunale, con deliberazione di Giunta, adeguatamente motivata, può rifiutare sponsorizzazioni, che pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano in contrasto con le proprie finalità.

5. L'Amministrazione Comunale altresì ha facoltà di risolvere il contratto di sponsorizzazione in ogni momento, avvalendosi di clausola risolutiva espressa, qualora nei confronti dell'imprenditore o dei soci e dei dirigenti del soggetto sponsor sia stata disposta misura cautelare o sia intervenuto rinvio a giudizio per taluno dei delitti di cui all'art. 317 cp 318, 319 bis, 319 ter 319 quater, 320, 322, 322 bis, 346 bis, 353, 353 bis oppure sia pervenuta informazione interdittiva di cui all'art. 91 D.Lgs. 159/2011.

## **Art. 16- Disposizioni fiscali**

1. - Il Comune emette fattura allo sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata mediante esecuzione di lavori, fornitura di beni o servizi, lo sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato, con il contratto di sponsorizzazione, pari al valore dei medesimi. A sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.

2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e successive modifiche ed integrazioni, nonché dei regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle Entrate in materia.

3. La disciplina sull'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni e servizi. In questo caso la fattura che lo sponsee emette deve essere rapportata al valore commerciale o ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi.

#### **Art. 17 - Norme di rinvio**

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento si applica la normativa vigente in materia ovvero l'art. 43 della legge 449/1997, l'art. 119 del D.Lgs. 267/2000 nonché l'art. 26 e 199 bis del D.Lgs. 163/2006, nonché le disposizioni contenute nel D.Lgs.42 /2004