COMUNE DI PADENGHE SUL GARDA

PROVINCIA DI BRESCIA

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI DI ATTIVITÀ E PROGETTI DEGLI ENTI LOCALI

Approvato con delibera del Consiglio Comunale n. 25 del 27/06/2003

I N D I C E

Art. 1 - Definizioni....2

Art. 2 - Oggetto e finalità....2

Art. 3 - Scelta dello sponsor....2

Art. 4 - Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione Comunale come sponsor....3

Art. 5 - Ruolo dell'Amministrazione Comunale quale sponsee....3

Art. 6 - Profili procedurali generali per l'acquisizione di sponsorizzazioni....3

Art.7 - Forme di pubblicizzazione della volontà dell'Amministrazione Comunale di giungere a stipulazione di contratti di sponsorizzazione....4

Art. 8 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor....4

Art. 9 - Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili....4

Art. 10 - Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali....4

Art. 11 - Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione Comunale come sponsee....5

Art. 12 - Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche....5

Art. 13 - Profili procedurali e garanzie inerenti gli sponsor realizzatori di opere pubbliche....5

Art. 14 - Tutela dei marchi....5

Art. 1 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:
   a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Padenghe suil Garda (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
   b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
   c) per "sponsor": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
   d) per “sponsee” il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor in modi previsti da contratto.
   e) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.
2. Ai fini del presente regolamento sono individuati:
   a) come “Amministrazione”, il Comune 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 anche d’immagine dall’associazione o convenzionamento con iniziative, attività o progetti di soggetti pubblici e privati.
3. L’Amministrazione operante come sponsee procede alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione con 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.

Art. 3 - Scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso anzidetto è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, sul sito internet del Comune ed eventualmente in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggior conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.
3. L'avviso, di cui ai precedenti commi, contiene in particolare i seguenti dati:
   a) l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario;
   b) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile e la durata della pubblicità;
   c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
   a) il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
   b) il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

se persone fisiche:

a) l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale o religiosa.

se persone giuridiche:

oltre alle autocertificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

per i soggetti pubblici:

a) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
b) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale o religiosa.

6. L'offerta dovrà, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
7. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con atto della Giunta comunale tenuto conto di quanto previsto dal successivo art. 10 del presente regolamento.
8. Ove pervengano più offerte, con l'atto di giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
9. La graduatoria è formata in ragione della maggior utilità economica per il Comune: in caso di parità si procederà al sorteggio.
10. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor cominciando dal primo della graduatoria. In caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.
11. Ulteriori spazi pubblicitari potranno essere assegnati a soggetti interessati anche in assenza di graduatoria qualora le richieste possano essere tutte accolte.

Art. 4 - Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione Comunale come 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 esplicitazione della motivazione della scelta delle stesse in relazione ai presumibili benefici di ritorno non escluso il beneficio d'immagine.
2. Il contratto di sponsorizzazione stipulato ai sensi del precedente comma 1 contiene:
   a) le configurazioni generali delle finalizzazioni del rapporto contrattuale;
   b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee;
   c) i profili economici della sponsorizzazione;
   d) le clausole condizionanti il rapporto;

Art. 5 - 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.

Art. 6 - Profili procedurali generali per l'acquisizione di sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione perviene alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione previa individuazione dei soggetti che assumono la veste di sponsor.
2. La selezione degli sponsor potenziali è sollecitata con apposito avviso nelle forme previste

dall'art. 3 salvo quanto previsto dal successivo art. 9.

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/a al fine di farne rilevare la correlazione con le componenti economiche della sponsorizzazione salvo quanto previsto dal successivo art. 9.

Art. 7 - Forme di pubblicizzazione della volontà dell'Amministrazione Comunale di giungere a stipulazione di contratti di sponsorizzazione

1. L'Amministrazione pubblicizza la propria volontà di stipulare contratti di sponsorizzazione sempre con apposito avviso all'albo comunale e sul sito internet del Comune ed anche mediante strumenti informativi tradizionali ed innovativi. In particolare essa può fare ricorso:
   a) ad avvisi, anche per estratto, pubblicati su quotidiani;
   b) ad avvisi resi noti ad associazioni di categoria od imprenditoriali;
   c) ad avvisi resi noti a potenziali interessati mediante pubblicazione sul proprio e su altri siti internet;
   d) ad avvisi diffusi con inoltro postale mirato a soggetti già in relazione con l'Amministrazione per contratti di pubblicità.

Art. 8 - 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, valutate con decisione della Giunta Comunale, devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

Art. 9 - Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
   a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
   b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
   c) la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
   a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
   b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
   c) messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 10 - Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. L'Amministrazione definisce le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile.
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 o meno di clausole di esclusiva generale o commerciale.

Art. 11 - 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;
   h) le clausole inerenti la risoluzione del contratto e delle controversie.
2. 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. 12 - 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. 13 - 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 di 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. 14 - 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.