

Testo coordinato con  
l'emendamento

C I T T A ' D I M A R I N O

Provincia di Roma

**REGOLAMENTO**  
**DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE ED**  
**ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

Approvato con deliberazione consiliare n. 48 del 30-05-2007



## INDICE

Art. 1 – Finalità .....	3
Art. 2 – Contenuti della sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione .....	3
Art. 3 – Definizioni .....	3
Art. 4 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor .....	4
Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione .....	4
Art. 6 – Contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione.....	5
Art. 7 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione .....	5
Art. 8 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni .....	5
Art. 9 – Trattamento dati personali .....	5
Art. 10 – Aspetti fiscali .....	6
Art. 11 – Verifiche e controlli .....	6
Art. 12 – Riserva organizzativa.....	6



### **Art. 1 - Finalità**

1. Le iniziative di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di economie di bilancio, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
2. L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi dell'Amministrazione Comunale.

### **Art. 2 - Contenuti della sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione**

1. I contratti di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale con chiunque eserciti un'attività che non sia in conflitto con l'interesse pubblico.
2. La conclusione del contratto tende alla realizzazione o l'acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o l'equivalente corrispettivo per specifici programmi o obiettivi dell'Amministrazione, ed altrimenti finanziati a carico del bilancio dell'Ente.
3. Il risultato della sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale e/o parziale, rispetto alla previsione iniziale di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato di pubblicità dello sponsor.
4. La sponsorizzazione può essere anche aggiuntiva all'impegno finanziario o umano da parte del Comune.

### **Art. 3 - Definizioni**

1. Ai fini del presente Regolamento si intende:
  - a) per contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e/o marchio in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  - b) per sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti (in tal caso sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata ai fini prefissati), provenienti da terzi a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o marchio aziendale;
  - c) per sponsor, il soggetto pubblico e/o privato che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
  - d) per spazio pubblicitario, lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la sua pubblicità;
  - e) la pubblicità resa dovrà riguardare:
    - nome e marchio dello sponsor;
    - attività principale svolta dallo stesso;



#### **Art. 4 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. Il Dirigente dell'Area di competenza, in relazione a specifici progetti od interventi dell'Amministrazione, ed in funzione dell'entità della spesa e delle finalità da perseguire, pubblica un avviso, indicando le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.
2. L'avviso è pubblicato all'Albo Pretorio e sul sito Internet del Comune e comunicato agli organi di stampa locali.
3. Possono essere adottate altre forme di pubblicità ritenute, di volta in volta, più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. Il bando o l'avviso debbono contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione e/o contratto di collaborazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
  - b) durata della sponsorizzazione e della pubblicità;
  - c) l'esatta determinazione dell'offerta di spazio pubblicitario.
  - d) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve in ogni caso essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico nonché quelle previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni, attestanti:
  - a) L'inesistenza degli impedimenti a contrarre con la pubblica amministrazione di cui alle vigenti disposizioni di legge, ed ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
  - b) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - c) il nome del rappresentante legale o del soggetto munito del potere di rappresentanza;
  - d) l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni;
  - e) il valore attribuito alla prestazione, nel caso in cui questa sia diversa dal contributo economico.
7. Le offerte entro la cifra di 211.000,00 € sono valutate dal Dirigente dell'Area interessata. Per cifre superiori le offerte dovranno essere valutate dalla competente Commissione tecnica di cui al vigente regolamento dei Contratti della Città di Marino.
8. Qualora un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti al fine di rendere un servizio alla cittadinanza, nei casi di urgenza oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito del bando o avviso pubblico il Dirigente competente può procedere alla formalizzazione diretta del contratto di sponsorizzazione o accordo di collaborazione.
9. Il contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente dell'Area competente. In tale contratto viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel bando, avviso, capitolato o progetto di sponsorizzazione.

#### **Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione possono essere prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del P.E.G. assegnati al Dirigente o individuate dalla Giunta Comunale, pur in assenza di una conforme previsione di PEG, per specifici programmi e progetti.



**Art. 6 – Contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione**

1. La gestione della sponsorizzazione o accordo di collaborazione è regolata da apposito contratto nel quale sono indicati:
- a) I rappresentanti dello sponsee e sponsor qualificati alla stipula del contratto;
  - b) l'oggetto del contratto;
  - c) il valore della sponsorizzazione;
  - d) durata del contratto: inizio e fine;
  - e) gli impegni e/o obblighi dello sponsee;
  - f) le modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
  - g) gli impegni e/o obblighi dello sponsor riguardo le responsabilità civili verso terzi e copertura assicurativa;
  - h) i lavori, servizi, ecc. da eseguire a corrispettivo dell'attività dello sponsee;
  - i) responsabile per le verifiche e i controlli sulle attività dello sponsee;
  - j) responsabile per le verifiche e i controlli sulle attività dello sponsor;

**Art. 7 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione**

1. Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione, che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di gestione.
2. Tali risparmi sono destinati ad incrementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività del personale dipendente, in conformità alle norme contrattuali vigenti.

**Art. 8 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione qualora:
- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella svolta dallo sponsor;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla propria immagine o alle proprie iniziative;
  - c) la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione recanti:
- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) pubblicità inerenti prodotti agroalimentari che non rispettino il protocollo d'intesa di cui alla deliberazione
  - d) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, o minaccia.

**Art. 9 – Trattamento dati personali**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste;
2. Titolare del trattamento dei dati è il Comune, in persona del Dirigente responsabile della procedura contrattuale.



#### **Art. 10 – Aspetti fiscali**

1. Il valore della fatturazione della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma erogata dallo sponsor o, in caso di fornitura di servizi e prestazioni, al valore attribuito alla fornitura dalla Commissione di cui all'art. 4 del Regolamento.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo di cui al comma precedente.

#### **Art. 11 – Verifiche e controlli**

1. Le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione sono soggette a periodiche verifiche da parte dell'Unità organizzativa competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, sia in termini quantitativi che qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica debbono essere tempestivamente notificate allo sponsor, con diffida ad assumere le misure necessarie per regolarizzare la procedura, avvertendo in merito ai provvedimenti, che altrimenti saranno assunti, in conformità a quanto previsto nel contratto di sponsorizzazione.

#### **Art. 12 – Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione sono effettuati direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. È tuttavia facoltà del Comune, 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, in conformità alle norme di legge e di regolamento vigenti per l'acquisizione di servizi.

#### **Art. 13 – Disposizioni di attuazione**

1. Il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla sua pubblicazione.
2. E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.
3. Quanto non espressamente previsto dal presente regolamento, si intende disciplinato ai sensi delle leggi vigenti.

