



COMUNE DI CAPANNORI
PROVINCIA DI LUCCA

REGOLAMENTO
SULLA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI
SPONSORIZZAZIONE
E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale nr. ____ del __/__/____

INDICE

TITOLO I NATURA, SCOPI E FUNZIONI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

- Art. 1 – Oggetto
- Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 3 - Contratto di collaborazione
- Art. 4 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio e per forma contrattuale
- Art. 5 - Finalità
- Art. 6 - Ambito di applicazione
- Art. 7 - Vincoli di carattere generale
- Art. 8 - Il Comune come *sponsee*
- Art. 9 - Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale
- Art. 10 - Funzione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione
- Art. 11 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi
- Art. 12 - Sponsorizzazioni plurime

TITOLO II MODALITÀ DI SCELTA DEL CONTRAENTE

- Art. 13 - Regole generali e comuni
- Art. 14 - Gli accordi di collaborazione
- Art. 15 - L'offerta di sostanziale mecenatismo
- Art. 16 - La valutazione delle offerte
- Art. 17 - Compiti specifici della dirigenza

TITOLO III DISPOSIZIONI FINALI

- Art. 18 - Normativa di rinvio
- Art. 19 - Aspetti fiscali
- Art. 20 - Verifiche e controlli
- Art. 21 - Riserva organizzativa
- Art. 22 - Entrata in vigore

TITOLO I NATURA, SCOPI E FUNZIONI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art.1 - Oggetto

1. Le norme del presente Regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti afferenti la sponsorizzazione, e più in generale la conclusione di speciali accordi di collaborazione, relativi allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse di questo Comune di Capannori nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 6 e per le finalità indicate

nell'art. 5, che di nuovo segue.

2. Il presente Regolamento è adottato in sostanziale attuazione delle previsioni recate dall'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 - che si pone in tema, come normativa di principio - rispettando altresì le linee fondanti delle disposizioni contenute nell'ex art. 119 del TUEL Dlgs 267/00 e successive modificazioni ed integrazioni.
3. E' criterio preminente di lettura e di interpretazione delle disposizioni regolamentari che seguono, quello della peculiare atipicità e novità degli istituti contrattuali considerati, pertanto le specifiche disposizioni inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici richiamate vengono adottate, di volta in volta, in base alla specialità dei rapporti di seguito disciplinati.

Art. 2 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione determina a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del comune di Capannori, le modalità con cui questo Comune si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività.

Art. 3 - Contratto di collaborazione

1. Gli accordi di collaborazione determinano, a fronte di investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune di Capannori, oltre al ritorno pubblicitario rimarcato all'art. 2 che precede, la possibilità economica di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune a favore del soggetto c.d. collaborante, estrinsecandosi in forniture di servizi e di beni caratterizzati da potenzialità di redditività.

Art.4 - Regola comune per l'associazione del nome e del marchio, oltreché per la forma contrattuale

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati da questa Amministrazione comunale 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. Le modalità di associazione del nome e del marchio del soggetto <<sponsorizzante o sponsee>> ovvero di quello <<collaborante o sponsor>> devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie di questo Comune di Capannori.
3. L'utilizzazione sia dello strumento della sponsorizzazione che di quello degli accordi di collaborazione, avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto da redarsi in forma scritta.
4. L'Amministrazione comunale 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.

Art.5 - Finalità

1. Il comune di Capannori intende tendenzialmente avvalersi degli istituti in questione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione, essenzialmente:
 - per incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
 - per realizzare maggiori economie di spesa, anche nel rispetto del patto di stabilità interno di cui all'art. 28 della legge 23 dicembre 1998, n. 448, e successive modificazioni e integrazioni;
 - per migliorare la qualità dei servizi prestati.

Art.6 - Ambito di applicazione

1. Il comune di Capannori ricorre, esemplificativamente, a forme di <<sponsorizzazione>> in relazione:
 - ad attività culturali di differente tipologia;
 - ad attività sportive;
 - ad attività di promozione turistica;
 - ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
 - ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
 - ad esecuzione di scavi archeologici;
 - ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
 - ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
 - ad attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici;
 - ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico (residualmente).
2. Per gli accordi di collaborazione sono attività privilegiate in ispecie:
 - la concessione di edifici monumentali in degrado a soggetti privati, i quali, fatta salva

la destinazione d'uso li restaurino e li utilizzino anche per proprie sedi, per lo stretto tempo necessario per recuperare, attraverso i normali costi di locazione, le spese sostenute;

- le istituzioni museali, ovvero settori di attività delle stesse;
- gli impianti sportivi di proprietà comunale;
- il restauro, il recupero e gestione di qualsiasi bene pubblico, appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile del Comune (residualmente).

Art.7 - Vincoli di carattere generale

1. Tutte le iniziative supportate dalle forme, in senso lato, di sponsorship di cui al precedente art.6., sono necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici:
 - devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Capannori;
 - devono produrre risparmi di spesa.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
 - pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione dei tabacchi, prodotti alcolici e, materiale pornografico;
 - messaggi offensivi incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art.8 - Il comune come sponsee

1. Con l'approvazione del seguente regolamento (e nel rispetto dello stesso) il Consiglio Comunale autorizza in via generale la Giunta Comunale, ad avvalersi di sponsorizzazioni e collaborazioni per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico.
2. La Giunta Comunale nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune di Capannori il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni o collaborazioni, in via generale con l'approvazione del PEG (Piano Esecutivo di Gestione) e successive variazioni, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni.
3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai due commi che precedono sono demandate alla esclusiva competenza del dirigente preposto al settore interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina. Il dirigente soddisfa e garantisce anche le ulteriori incombenze riportate nell'art.17, che segue.

Art.9 - Le figure dello sponsor e del collaboratore istituzionale

1. Possono assumere la veste di sponsor ovvero di collaboratore istituzionale i seguenti soggetti:
 - qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
 - qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod. civ.);
 - le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune di Capannori.

Art.10 - Funzione della sponsorizzazione e degli accordi di collaborazione

1. La sponsorizzazione, come del resto gli accordi di collaborazione, rappresentano strumenti tramite i quali questo Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumentali (beni, forniture e servizi) finalizzati alla:
 - realizzazione di opere e di lavori pubblici, concernenti i beni mobili e immobili, la cui esecuzione rimane a carico di Questo Comune;
 - interventi sugli elementi architettonici e sulle superfici decorate di beni del patrimonio culturale, sottoposti alle disposizioni di tutela di cui al Dlgs. 490/99;
 - esecuzione di scavi archeologici;
 - realizzazione di attività o progettualità;
 - concretizzazione di attività progettuali, o più genericamente, di iniziative da realizzarsi da parte di questo Comune;
 - realizzazione di iniziative riconducibili ai fini propri di questo Comune.
2. Eccezionalmente la sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione potranno anche consistere nella esecuzione di opere e lavori pubblici espletati direttamente o per suo diretto strumento dal soggetto

sponsorizzante o collaborante. In questa evenienza si rende comunque azionabile la scelta del contraente per il tramite di procedure concorrenziali di evidenza pubblica, secondo quanto più dettagliatamente specificato nel successivo Titolo II di questo stesso Regolamento.

Art. 11 Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono avere origine per:
 - iniziativa spontanea di questa Amministrazione comunale
 - iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 9 di questo Regolamento.
2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa – ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui al Titolo II che segue – deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.
3. Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al comma 2, che immediatamente precede, avviene mediante l'inserimento della stessa nell'apposito P.E.G. (Piano Esecutivo di Gestione).

Art.12 - Sponsorizzazioni plurime

1. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

TITOLO II MODALITÀ DI SCELTA DEL CONTRAENTE
--

Art.13 - Regole generali e comuni

1. La scelta del contraente avviene, di norma, con procedure ad evidenza pubblica – che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione – tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione ovvero di accordi di collaborazione.
2. E' sempre ammessa la trattativa privata, previa adeguata motivazione, nei casi indicati dall'art.41 del R. D. 23 maggio 1924, n. 827 (di approvazione del Regolamento per l'amministrazione del patrimonio e per la contabilità generale dello stato), con specifico riferimento:
 - alle ipotesi di iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere che ove anche si sperimentassero gli incanti o le licitazioni questi andrebbero verosimilmente deserti, o in ogni caso, risulterebbero di un improbabile buon esito;
 - alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
 - alle ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio degli incanti o delle licitazioni;
 - ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure degli incanti e delle licitazioni;
 - alle ipotesi di modico valore economico dell'iniziativa, da indicarsi entro il limite di 30 mila EURO.
3. Per le iniziative di importo inferiore a 30 mila EURO si procede esclusivamente all'affidamento mediante trattativa privata.
4. Anche qualora l'iniziativa della sponsorizzazione o di accordi di collaborazione muova da privati o da soggetti terzi, il Comune di Capannori - salve le ipotesi in cui siano da escludersi qualsiasi forma di concorrenzialità ovvero anche di trattativa privata plurima - garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

Art. 14 - Gli accordi di collaborazione

1. Gli accordi di collaborazione di cui al precedente art. 3, stante la loro natura di più spiccata valenza economica e di interesse imprenditoriale dell'altro contraente, sono più puntualmente sottoposti al rispetto delle regole dell'evidenza pubblica e previo regime di raffronto fra più possibili concorrenti.
2. Può anche ammettersi che, ad iniziativa di parte, la speciale collaborazione consista nell'offerta di una

iniziativa comportante lavori e/o forniture da prestarsi direttamente dal soggetto collaborante con l'eventuale richiesta ed anche mediante lo strumento semplificato di un <<avviso di interesse>>.

3. Qualora uno o più soggetti risultassero interessati, a seguito dell'apposito avviso, alla realizzazione dell'iniziativa, l'Amministrazione provvede ad espletare apposita gara, da realizzarsi nella forma dell'appalto - concorso ovvero della licitazione o trattativa privata plurima, da espletarsi col metodo dell'offerta economicamente più vantaggiosa, tra i soggetti che ne abbiano fatto valida richiesta e l'originario proponente.

Art.15 - L'offerta di sostanziale mecenatismo

1. 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 <<mero mecenatismo>> da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art.16 - La valutazione delle offerte

1. In tutti i casi in cui i rapporti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione siano costituiti con procedure ad evidenza pubblica (compresa l'evenienza della trattativa privata plurima), le offerte verranno valutate da una apposita Commissione in base ai criteri indicati nell'avviso di pubblico o nella lettera di invito - finalizzate a reperire la disponibilità della sponsorizzazione o della speciale attività di collaborazione - da stabilirsi e disciplinarsi sulla base e in relazione alla tipologia dell'intervento.

Art.17 - Compiti specifici della dirigenza

1. Le modalità di scelta del contraente e tutti i contenuti contrattuali, come più in generale l'intera gestione della pratica e del rapporto, si radicano nelle esclusive competenze della dirigenza.

TITOLO III DISPOSIZIONI FINALI

Art. 18 - Normativa di rinvio

1. Per quanto non esplicitamente previsto e specificatamente stabilito negli articoli di questo Regolamento che precedono, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di regolamento dei rapporti con la pubblica Amministrazione e specialmente:
 - ai decreti RR. DD. 18 novembre 1923, n. 2440, e 23 maggio 1924, n. 827, in materia di contabilità generale dello stato;
 - ai decreti legislativi 24 luglio 1992, n. 358 (così come modificato dal decreto legislativo 20 ottobre 1998, n.402) e 18 aprile 1994, n. 573, in materia di appalti di forniture;
 - alla legge 11 febbraio 1994, n. 109, e successive modificazioni e integrazioni, nonché al decreto legislativo 19 dicembre 1991, n. 406 in materia di lavori pubblici.
 - all'art.267 del T. U. F. L n. 1175/1931 e al decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 157 (così come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 65), in materia di concessione e appalti di servizi;
 - D. Lgs nr. 30/2004 (in maniera specifica l'art. 2);
 - alle normative recate dal codice civile e dalle altre leggi vigenti riguardanti la peculiare materia dei contratti e, più genericamente, delle obbligazioni;
 - alla normativa contenuta nello Statuto e nei Regolamenti adottati dal Comune di Capannori.

Art. 19 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione dell'intervento.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor, (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 20 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Dirigente di ogni settore competente in materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.

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

Art. 21 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente da questa Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. E' 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, secondo le vigenti normative degli appalti dei servizi richiamate anche al precedente art. 13.

Art. 22 - Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione.
2. Copia del Regolamento esecutivo verrà consegnata a cura della Segreteria comunale a tutti i dirigenti dei settori e al Collegio dei Revisori dei Conti.