



---

**CITTÀ DI FOLIGNO**

**Regolamento per la disciplina  
e la gestione delle sponsorizzazioni**

---

Approvato con D.C.C. n. 21 del 21/05/2013



## Art. 1 – Finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, negli artt. 26 e 199-bis del D.Lgs. 163/2006, nell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL del 1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4 del 5.10.2001 e nell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere al soddisfacimento di un interesse pubblico, a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una maggiore qualità dei servizi istituzionali.

## Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per *<contratto di sponsorizzazione>*: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor) - che si obbliga a corrispondere una somma di denaro o a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, diretta o indiretta - la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, nome, logo, marchio, prodotti, servizi e simili in appositi e predefiniti spazi pubblicitari nei modi previsti dal contratto;
  - b) per *<sponsorizzazione>*: ogni contributo monetario o ogni prestazione, in beni o servizi o lavori, diretta o indiretta, provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria immagine, il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti o servizi e simili;
  - c) per *<sponsor>*: il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il comune di Foligno;
  - d) per *<sponsee>*: il soggetto sponsorizzato, cioè il Comune di Foligno;
  - e) per *<spazio pubblicitario>*: lo spazio fisico o comunque il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messi a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.
2. Il presente regolamento non disciplina le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privati privi di finalità di lucro, ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di sostanziale contratto a prestazioni economiche unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di "mero mecenatismo" da parte dello sponsor. I contributi erogati da Fondazioni rientrano nel "mero mecenatismo" e ad essi non si applica la disciplina delle sponsorizzazioni.



### **Art. 3 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati o associazioni senza fine di lucro e possono riguardare tutte le iniziative, le prestazioni di servizio, l'esecuzione dei lavori e l'acquisizione di beni, purché sussistano le seguenti condizioni:
  - il perseguimento di interessi pubblici;
  - l'esclusione di forme di conflitto di interesse fra attività pubblica e privata;
  - i presupposti e i requisiti di compatibilità stabiliti dall'art. 120 del D.lgs. 42/2004 in riferimento ad interventi relativi ai beni culturali.
2. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Dirigenti. Con il PEG vengono individuate tutte le iniziative di sponsorizzazione suddivise in:
  - a) iniziative finalizzate alla realizzazione di una minore spesa di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;
  - b) iniziative non finanziate e la cui realizzazione è subordinata all'attivazione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie risultanti dalle sponsorizzazioni di cui alla precedente lett. a).
3. Nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può comunque formulare indirizzi specifici ai Dirigenti per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione, anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.
4. In apposito allegato al Programma triennale dei lavori di cui all'art. 128 del D.lgs. 163/2006 sono individuate le iniziative di sponsorizzazione relative a lavori, servizi e forniture per la realizzazione di interventi relativi ai beni culturali corredate da studi di fattibilità anche semplificati o da progetti preliminari, ove possono essere indicati anche interventi per i quali siano pervenute dichiarazioni spontanee di interesse alla sponsorizzazione.
5. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.
6. Il Consiglio comunale, in sede di approvazione del Bilancio preventivo e dell'assestamento di bilancio, può formulare linee di indirizzo entro le quali stabilire attività e interventi specifici oggetto di sponsorizzazione. Al fine della verifica delle attività di sponsorizzazione svolte la Giunta comunale invia al Presidente del Consiglio comunale, entro il 1° marzo di ogni anno, una relazione analitica delle iniziative di sponsorizzazione realizzate e dei risparmi conseguiti nell'anno precedente.

### **Art. 4 – Corrispettivo della sponsorizzazione**

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:
  - a) in una somma di denaro (sponsorizzazione di puro finanziamento);
  - b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor (sponsorizzazione tecnica).



## **Art. 5 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. I contratti di sponsorizzazione il cui valore sia inferiore a € 40.000,00 al netto di IVA possono essere affidati direttamente nel rispetto delle condizioni di cui al precedente art. 3;
2. La scelta dello sponsor, in caso di contratti di sponsorizzazione di importo pari o superiore al limite di cui al precedente comma, deve essere effettuata:
  - a) mediante la procedura prevista dall'art. 199-bis del D.lgs. 163/2006 per le sponsorizzazioni riguardanti i beni culturali;
  - b) mediante pubblicazione di apposito avviso, con le modalità stabilite dai commi che seguono, per le sponsorizzazioni diverse da quelle di cui alla precedente lett. a);
3. All'avviso di sponsorizzazione è data diffusione mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, sul sito Internet del Comune e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. L'Avviso deve contenere i seguenti dati:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi per lo sponsor secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
  - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
  - c) l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione o il valore minimo delle prestazioni di servizi, forniture o lavori cui deve farsi carico lo sponsor;
  - d) gli eventuali requisiti di qualificazione richiesti agli esecutori nel caso di sponsorizzazione tecnica;
  - e) le modalità e i termini di presentazione della offerta di sponsorizzazione;
  - f) i criteri in base ai quali sarà selezionata l'offerta migliore;
  - g) ogni ulteriore notizia che sia ritenuta necessaria in relazione alle singole fattispecie.
5. L'offerta deve contenere tutte le indicazioni previste dall'avviso e in particolare:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione;
  - b) l'accettazione delle condizioni previste dall'avviso e dal progetto di sponsorizzazione;
  - c) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni;
  - d) il corrispettivo della sponsorizzazione;
  - e) quanto altro richiesto dall'avviso ai fini della selezione della migliore offerta.
6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte da soggetto munito di poteri di rappresentanza, attestanti:
  - a) l'inesistenza delle cause di esclusione di cui all'art. 38, comma 1 del D.lgs. 163/2006;
  - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;



- c) la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e criteri etici di cui all'art. 6 del presente regolamento.
7. Nel caso di offerte spontanee sponsorizzazione provenienti da soggetti terzi l'Amministrazione stessa, valutatane l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito avviso da pubblicare con le modalità di cui al comma 3 del presente articolo che preveda come importo minimo o come prestazione minima quelli offerti dal soggetto proponente. Alla scadenza dei termini fissati dall'avviso l'Amministrazione procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione della migliore offerta. L'originario soggetto proponente potrà adeguare la propria proposta a quella individuata quale migliore. In tale ultimo caso, o in assenza di ulteriori proposte, il contratto di sponsorizzazione sarà sottoscritto con il soggetto proponente.
  8. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:
    - a) che sia stata esperita senza esito la procedura negoziata previa pubblicazione di avviso;
    - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza o alla particolare natura dell'evento, del bene o del servizio oggetto di sponsorizzazione i cui contenuti consentano di individuare un solo soggetto determinato;
  9. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Dirigente preposto all'Area interessata nel rispetto dei criteri stabiliti nell'avviso. Qualora sia ritenuto necessario in relazione all'oggetto della sponsorizzazione, all'importo o alla particolare complessità ovvero in caso di valutazione con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa il medesimo Dirigente procederà alla nomina di apposita commissione per la valutazione delle offerte.
  10. Esaurita la fase di selezione, sarà approvata con apposito atto dirigenziale la graduatoria ed individuato il soggetto con cui stipulare il contratto di sponsorizzazione.

### **Art. 6 - Facoltà di rifiuto di sponsorizzazioni**

1. Il Comune, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:
  - a) ritenga sussista conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle iniziative o attività;
2. Sono in ogni caso escluse, oltre alle sponsorizzazioni aventi ad oggetto pubblicità anche in forma indiretta, vietate in tutto o in parte dalla normativa in vigore, le pubblicità:
  - a) di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) dirette o collegate alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, macchine da intrattenimento, materiale pornografico o a sfondo sessuale;



- c) di messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio e minaccia.
3. Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i principi come definiti dalla Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e protezione dei diritti umani del 13 agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare:
- a) rispetto del diritto di pari opportunità e al trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);
  - b) rispetto al diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
  - c) rispetto dei diritti dei lavoratori (inclusi specificamente l'esclusione al lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza, del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);
  - d) rispetto degli assetti istituzionali; delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie; degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;
  - e) rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza delle etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di dumping, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure ai sensi della vigente normativa);
  - f) rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa effetto serra e distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali, a tutti gli inquinamenti chimici);
4. Sono ammesse solo le imprese che non sono a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari). Sono ammissibili solo le offerte delle Banche che, dalla relazione annuale del Ministero dell'Economia e delle Finanze, prevista dalla Legge 185/90 non risultino comprese nell'elenco degli istituti coinvolti con il finanziamento dell'export delle armi.
5. Sono infine escluse quelle imprese che realizzino riduzioni collettive illegittime di personale accertate da sentenza.

## **Art. 7 – Contratto di sponsorizzazione**

1. Il ricorso da parte dell'Amministrazione a forme di sponsorizzazione va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale nella forma scritta, nel quale risultano stabiliti:
- a) l'oggetto e la finalità del contratto di sponsorizzazione;
  - b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione "esclusiva" o "non esclusiva" dello spazio pubblicitario per il quale sia prevista la sponsorizzazione;
  - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;



- d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- e) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- f) le modalità procedurali, le garanzie richieste, responsabilità;
- g) il rispetto delle opportune prescrizioni dettate dall'Amministrazione in ordine alla progettazione, alla direzione ed esecuzione del contratto;
- h) le modalità le clausole di tutele rispetto ad eventuali inadempienze;
- i) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina dell'attività di recesso.

### **Art. 8 – Versamento dei proventi della sponsorizzazione**

1. Salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura dell'80% al momento della sottoscrizione del contratto e nella misura del restante 20% a conclusione dell'evento o entro il termine previsto dal contratto stesso.
2. Quando l'oggetto della sponsorizzazione sia una prestazione diretta o indiretta di beni, servizi o lavori, al momento della stipula del contratto lo sponsor dovrà produrre cauzione a garanzia degli obblighi assunti con il contratto di sponsorizzazione pari al 10% del valore della sponsorizzazione stessa, mediante fideiussione bancaria o assicurativa, contenente le clausole di cui all'art. 113 del D.Lgs. 163/2006.

### **Art. 9 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto sono considerate risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità, previa variazione di bilancio o di PEG:
  - a) Contratti di sponsorizzazione di valore fino a € 50.000,00  
Il 20% sarà così attribuito:
    1. nella misura del 17% sarà destinato ad implementare il fondo delle risorse decentrate per la contrattazione integrativa con destinazione vincolata al personale impegnato nelle attività oggetto di sponsorizzazione;
    2. nella misura del 3% sarà destinato alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 per i dirigenti che hanno operato il risparmio;La restante quota del 80% verrà destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo la previsione di bilancio o costituirà economia di bilancio.
  - b) Contratti di sponsorizzazione di valore da € 50.001,00 a 100.000,00  
Il 15% sarà così attribuito:



1. nella misura del 13% sarà destinato ad implementare il fondo delle risorse decentrate per la contrattazione integrativa con destinazione vincolata al personale impegnato nelle attività oggetto di sponsorizzazione;
2. nella misura del 2% sarà destinato alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 per i dirigenti che hanno operato il risparmio;

La restante quota del 85% verrà destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo la previsione di bilancio o costituirà economia di bilancio.

c) Contratti di sponsorizzazione di valore da € 100.001,00 a 250.000,00

Il 10% sarà così attribuito:

1. nella misura del 8,5% sarà destinato ad implementare il fondo delle risorse decentrate per la contrattazione integrativa con destinazione vincolata al personale impegnato nelle attività oggetto di sponsorizzazione;
2. nella misura del 1,5% sarà destinato alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 per i dirigenti che hanno operato il risparmio;

La restante quota del 90% verrà destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo la previsione di bilancio o costituirà economia di bilancio.

d) Contratti di sponsorizzazione di valore oltre € 250.000,00

Il 5% sarà così attribuito:

1. nella misura del 4% sarà destinato ad implementare il fondo delle risorse decentrate per la contrattazione integrativa con destinazione vincolata al personale impegnato nelle attività oggetto di sponsorizzazione;
2. nella misura del 1% sarà destinato alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 per i dirigenti che hanno operato il risparmio;

La restante quota del 95% verrà destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo la previsione di bilancio o costituirà economia di bilancio.

3. Le operazioni di calcolo verranno effettuate applicando il meccanismo a scaglioni per classi.
4. Il presente articolo non si applica nei casi in cui le sponsorizzazioni sono dirette a finanziare o a realizzare interventi, servizi o attività non inseriti nei programmi di spesa ordinari ai sensi del precedente art. 3, comma 2 lett.b);

## **Art. 10 – Aspetti fiscali**

1. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova applicazione la disciplina dell'IVA secondo le previsioni dell'art. 11 del DPR 26 ottobre 1972 n. 633.





### **Art. 11 – Trattamento dei dati personali**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.lgs. 196/2003.

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

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata 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 l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

### **Art. 13 – Controversie**

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente foro di Perugia.

### **Art. 14 – Norme di rinvio**

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa vigente in materia.



## INDICE

Art. 1 – Finalità .....	2
Art. 2 - Definizioni.....	2
Art. 3 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione .....	3
Art. 4 – Corrispettivo della sponsorizzazione .....	3
Art. 5 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor.....	4
Art. 6 - Facoltà di rifiuto di sponsorizzazioni.....	5
Art. 7 – Contratto di sponsorizzazione .....	6
Art. 8 – Versamento dei proventi della sponsorizzazione .....	7
Art. 9 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni .....	7
Art. 10 – Aspetti fiscali.....	8
Art. 11 – Trattamento dei dati personali.....	9
Art. 12 – Riserva organizzativa .....	9
Art. 13 – Controversie.....	9
Art. 14 – Norme di rinvio.....	9