

**UNIONE DEI COMUNI LOMBARDA DELLA VALLETTA**  
**Prov. di Lecco**

**REGOLAMENTO**

**PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE  
DELLE SPONSORIZZAZIONI E DEGLI  
ACCORDI DI COLLABORAZIONE**

Approvato con deliberazione dell'Assemblea dell'Unione n. 21 in data 30/09/2013

## ***SOMMARIO***

Art. 1 - Finalità

Art. 2 - Sponsorizzazione: definizioni

Art. 3 - Accordi di collaborazione: definizione

Art. 4 – L'Unione come sponsee

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione/collaborazione e scelta del contraente

Art. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione e di collaborazione

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione e di collaborazione

Art. 8 – Iniziative promosse da parte di Associazioni sportive locali presso il Centro Sportivo Intercomunale Polivalente

Art. 9 – Beni e servizi di modesta entità

Art. 10 – Proposte di sponsorizzazioni urgenti

Art. 11 - Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche

Art. 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 13 - Trattamento dei dati personali

Art. 14 – Aspetti fiscali

Art. 15 - Verifiche e controlli

Art. 16 - Riserva organizzativa

Art. 17 - Spese contrattuali

Art. 18 - Entrata in vigore del regolamento

Art. 19 – Pubblicità del regolamento

## **Art. 1 – Finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 e dell'art. 26 del D.Lgs. N° 163/2006.
2. Le iniziative di sponsorizzazione e di collaborazione devono tendere al soddisfacimento di un interesse pubblico, a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
3. I contratti di sponsorizzazione e di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici, privati e associazioni senza fini di lucro, costituite regolarmente, per realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni, beni o attività, o l'equivalente corrispettivo, inseriti nei programmi di spesa, ovvero da inserire con apposita variazione, con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.
4. Il risultato della sponsorizzazione o della collaborazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

## **Art. 2 – Sponsorizzazione: definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale l'Unione dei Comuni Lombarda della Valletta in seguito chiamato ente (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o a fornire una determinata prestazione bene, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;
- c) per "**sponsor**": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. n. 267/2000, il soggetto (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Ente;
- d) per "**sponsee**": il soggetto che assume, dietro corrispettivo, l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello sponsor; nel caso, con l'Unione dei Comuni Lombarda della Valletta;
- e) per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'ente per la pubblicità dello sponsor.

## **Art. 3 – Accordi di collaborazione: definizione.**

1. Gli accordi di collaborazione si hanno qualora lo sponsor, o c.d. "collaborante", investa somme di denaro a vantaggio dell'Ente e ne ricavi, oltre al ritorno pubblicitario di cui al precedente articolo, anche una redditività specifica direttamente dal bene o servizio oggetto della collaborazione, mediante gestione diretta per un periodo di tempo prestabilito, necessario a determinare un adeguato ritorno economico finanziario delle somme erogate.

#### ***Art. 4 – L’Unione come sponsee.***

1. Con l’approvazione del presente regolamento l’Assemblea dell’Ente autorizza in via generale la Giunta ad avvalersi di sponsorizzazioni/collaborazioni per il conseguimento di finalità di interesse pubblico.
2. La Giunta nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività dell’Ente il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni/collaborazioni, in via generale con l’approvazione del PEG (Piano di Gestione Economica) e successive variazioni, e per iniziative specifiche con apposite deliberazioni.
3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai commi precedenti sono demandate alla esclusiva competenza del Responsabile del Servizio interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso apposite determinazioni.

#### ***Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione/collaborazione e scelta del contraente***

1. La scelta del contraente, quando i lavori, i servizi, le forniture sono acquisite o realizzate a cura e spese dello sponsor viene effettuata secondo i Principi del Trattato UE, nonché con l’osservanza delle disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto (art. 26 del D.lgs. 163/2006).
2. All’avviso di sponsorizzazione/collaborazione è data pubblicità mediante pubblicazione all’albo pretorio, inserimento nel sito internet dell’Ente e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L’avviso, approvato dal Responsabile del Servizio competente unitamente allo schema di contratto, deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l’oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato (o progetto di sponsorizzazione);
  - b) i vantaggi per lo sponsor (platea potenziale, bacino di diffusione del messaggio pubblicitario, ecc.);
  - c) l’esatta determinazione dell’offerta per lo spazio pubblicitario;
  - d) le modalità e i termini di presentazione dell’offerta di sponsorizzazione;
  - e) procedure di valutazione delle proposte;
  - f) passaggi per la formalizzazione del rapporto tra sponsor e sponsee;
  - g) eventuali criteri particolari di selezione fissati motivatamente dal Responsabile in relazione ai singoli progetti.
4. L’offerta deve essere presentata in forma scritta e di regola indica:
  - a) il bene, il servizio, l’attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, ovvero la somma corrispondente;
  - b) l’accettazione delle condizioni previste nel capitolato;
  - c) il contenuto del messaggio pubblicitario oggetto del contratto o l’impegno, da parte dello sponsor, ad informare preventivamente l’ente sul contenuto del messaggio pubblicitario;
  - d) l’impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni
5. L’offerta deve essere accompagnata da dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà e/o di certificazione attestante:

a) per le persone fisiche:

- 1) il possesso dei requisiti necessari per contrattare con la Pubblica Amministrazione, con particolare riferimento alle disposizioni 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;
- 2) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- 3) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- 4) la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- 5) certificato della Camera di Commercio (solo per imprese).

b) per le persone giuridiche:

oltre alle autocertificazioni sopra elencate previste per le persone fisiche, ed eventualmente riferite anche ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni, compresa l'eventuale presentazione di idonea copertura assicurativa.

7. Le offerte sono valutate dal Servizio competente, che approva apposita graduatoria nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

8. L'aggiudicazione del contratto è effettuata dal Responsabile del Servizio competente con propria determinazione. Il contratto è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

9. Nel caso di più iniziative per le quali si ritenga di ricorrere alla sponsorizzazione, potrà essere previsto che non possa essere affidato al medesimo sponsor più di uno o due contratti.

10. Qualora un soggetto offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni, ecc., l'Ente garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

11. Se l'iniziativa proposta dal soggetto terzo riguarda un'attività il cui valore contrattuale non supera il limite stabilito dalla normativa dell'Ente in materia contrattuale, è ammesso il ricorso alla trattativa privata diretta.

## ***Art. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione e di collaborazione***

1. Le iniziative di sponsorizzazione e di collaborazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi assegnati al Responsabile del Servizio interessato. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta può formulare indirizzi specifici al Responsabile per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione/collaborazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa.

3. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.

## ***Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione e di collaborazione***

1. La gestione della sponsorizzazione/collaborazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) l'oggetto del contratto;
  - b) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
  - c) il valore e la durata del contratto;
  - d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
  - e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
  - f) ogni altro elemento utile a discrezione del Responsabile del servizio competente.
2. Il contratto si intende risolto qualora cause eccezionali non consentano all'Ente la realizzazione dell'iniziativa; in tal caso le parti convengono di definire consensualmente i reciproci rapporti.
3. Oltre l'ipotesi di cui al paragrafo precedente, il contratto dovrà prevedere altresì che, nei casi di inadempimento, violazione degli obblighi previsti nel presente regolamento a carico del contraente (es. art. 10) ecc., la risoluzione del contratto, fatto salvo il diritto dell'Ente risarcimento degli eventuali danni subiti, opererà automaticamente e di diritto al momento del ricevimento, da parte del contraente, della lettera con la quale l'Ente comunicherà che intende avvalersi della clausola di risoluzione.
4. Al termine del contratto, lo sponsor è tenuto alla rimozione del messaggio pubblicitario con oneri a proprio carico.

## ***Art. 8 - Iniziative promosse da parte di Associazioni sportive locali presso il Centro Sportivo Intercomunale Polivalente***

1. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività delle associazioni sportive locali e previste negli scopi dei propri statuti, non esclusi gli eventi a rilevanza artistico-culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dall'Unione o suo Concessionario od affidatario.
2. Ove pervengano più offerte, con determinazione del Responsabile del Servizio competente è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
3. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per l'Unione.
4. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno degli sponsor cominciando dal primo della graduatoria. In caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.
5. Nel contratto di sponsorizzazione verranno stabiliti in particolare:
  - a) il diritto per lo sponsor alla pubblicità "non esclusiva" nel corso delle iniziative per le quali è prevista,
  - b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità,
  - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
  - d) il corrispettivo per la sponsorizzazione.

6. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato prima della firma del contratto. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento.
7. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzate al perseguimento di interessi pubblici e al miglioramento della qualità delle attività svolte dalle singole associazioni sportive locali promotrici delle iniziative sponsorizzate.
8. L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito "Piano di riparto tra le associazioni sportive locali" da parte della Giunta dell'Unione, nel rispetto delle norme regolamentari vigenti.
9. Dall'imponibile dei proventi oggetti del riparto verrà detratta una quota percentuale, stabilita in sede di riparto dalla Giunta dell'Ente, e destinata all'Unione dei Comuni Lombarda della Valletta.

### ***Art. 9 – Beni e servizi di modesta entità***

1. L'Unione si riserva la facoltà di aderire alle proposte di sponsorizzazioni quanto il contenuto dei beni o servizi offerti non è superiore a € 3.000,00.
2. Nei casi di cui al precedente comma il contratto si perfeziona con l'accettazione della proposta senza altre formalità che la forma scritta.

### ***Art. 10 – Proposte di sponsorizzazioni urgenti***

1. L'Unione si riserva la facoltà di accettare le proposte di sponsorizzazioni presentate qualora l'iniziativa/manifestazione sia già avviata e i tempi di svolgimento della stessa non consentono la procedura negoziata.

### ***Art. 11 - Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche***

1. Vista la determinazione dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici n. 24/2001, e l'art. 26 del D.lgs. 163/2006, l'Amministrazione dell'Unione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche l'esecuzione, la progettazione, la direzione lavori, il collaudo, le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica. Il corrispettivo per la progettazione, la direzione lavori, il collaudo, delle opere, nel caso in cui sia eseguita internamente, deve essere indicato in sede di avviso e potrà essere a carico dello sponsee o dello sponsor.
2. I contratti stipulati 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.
3. Gli sponsor che effettuano direttamente la progettazione e 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 (D.lgs. 163/2006).

4. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei 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 (D.lgs. n° 163/2006) e s.m.i.

5. L'Amministrazione provvederà ad effettuare adeguata sorveglianza e vigilanza in merito.

### ***Art. 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni***

1. L'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra 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 inopportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
- d) pubblicità ingannevole.

3. Il Responsabile del Servizio è tenuto, prima della stipula del contratto, ad esaminare il contenuto dei messaggi pubblicitari al fine di evitare il verificarsi dei casi di cui ai precedenti commi. Ove detti casi si verificassero comunque, il contratto eventualmente stipulato è risolto di diritto, fatto salvo il risarcimento dei danni, anche di immagine, per l'Ente.

4. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che abbiano in atto controversie e conflitti di natura giuridica con l'Ente.

### ***Art. 13 - 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 degli artt. 7, 8 e 9 del D.Lgs. 196/2003.

3. Titolare del trattamento dei dati è l'Ente in persona del suo Presidente pro-tempore che nomina uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.

5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

### ***Art. 14 - Aspetti fiscali***

1. La prestazione di promozione dell'immagine dello sponsor è da considerare attività commerciale ai sensi del comma 5 dell'art. 4, lettera i) del D.P.R. n 633/1972, pertanto la stessa genera in capo allo sponsee l'obbligo di emissione di fattura ai sensi dell'art.21 D.P.R. 633/1972.
2. Il corrispettivo della sponsorizzazione può essere regolato dallo sponsor in denaro o mediante messa a disposizione o realizzazione di beni e/o servizi.
3. Nel caso di messa a disposizione o di realizzazione di beni e servizi, si concretizza un'operazione permutativa ai sensi dell'art. 11 comma 1 D.P.R. 633/1972.
4. Lo sponsor e lo sponsee sono pertanto tenuti ad assolvere gli obblighi fiscali connessi all'operazione di sponsorizzazione con emissione di regolari fatture con riferimento al valore del contratto.

### ***Art. 15 - Verifiche e controlli***

1. Le sponsorizzazioni e le collaborazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto.

### ***Art. 16 - Riserva organizzativa***

1. La gestione delle sponsorizzazioni e delle collaborazioni è effettuata direttamente dall'Ente secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È tuttavia facoltà dell'Ente, 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.
3. In tale eventualità l'affidatario è scelto ricorrendo alle procedure previste dalla disciplina dell'Ente in materia contrattuale.

### ***Art. 17 - Spese contrattuali***

1. Le spese per la stipulazione del contratto di sponsorizzazione/collaborazione sono a carico dello sponsor, salvo diversa indicazione che potrà essere data dalla Giunta.

### ***Art. 18 – Entrata in vigore del regolamento***

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla data di avvenuta esecutività della relativa deliberazione di approvazione ovvero immediatamente qualora la deliberazione di approvazione venga dichiarata immediatamente eseguibile.

### ***Art. 19 – Pubblicità del regolamento***

1. Il presente regolamento è portato a conoscenza mediante pubblicazione sul sito web istituzionale dell'Unione e dei Comuni facenti parte dell'Unione.