

Comune di Pino Torinese  
(Provincia di Torino)

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA  
DELLE SPONSORIZZAZIONI E DELLE EROGAZIONI  
LIBERALI IN FAVORE DELLE ATTIVITA' DELL'ENTE

**Approvato con deliberazione C.C. n. 22 del 17/5/2010**

## SOMMARIO

Art. 1 - Oggetto, finalità e principi generali.....	3
Art. 2 - Definizioni ed ambito di applicazione .....	3
Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione .....	4
Art. 4 - Corrispettivo della sponsorizzazione .....	4
Art. 5 - Scelta dello sponsor .....	5
Art. 6 - Recepimento di offerte spontanee.....	5
Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione .....	6
Art. 8 – Sponsorizzazione di aree verdi comunali. ....	6
Art. 9 - Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale.....	7
Art. 10 – Destinazione di quota dei risparmi di spesa al fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all’art. 15 CCNL 1999. ....	8
Art. 11- Aspetti contabili .....	8
Art. 12 - Aspetti fiscali.....	8
Art. 13 - Clausole di salvaguardia .....	9
Art. 14 – Trattamento dei dati personali.....	9
Art. 15 - Entrata in vigore .....	9

## **Art. 1 - Oggetto, finalità e principi generali**

1. Il presente Regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge, disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell'Amministrazione comunale alla sponsorizzazione come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.
2. Nel presente regolamento trovano altresì disciplina le attività poste in essere dall'amministrazione per la sollecitazione rivolta a soggetti privati con specifica finalizzazione all'acquisizione di risorse qualificate derivanti da erogazioni a titolo gratuito e liberalità.
3. L'Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi erogati, supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché per l'ottimizzazione della spesa.
4. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate in particolare al miglioramento della qualità di vita della comunità, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, nonché alla realizzazione di progetti od iniziative e all'erogazione di servizi anche a carattere innovativo – sperimentale.
5. Il ricorso alla sponsorizzazione si conforma ai seguenti principi generali:
  - a) il perseguimento di interessi pubblici;
  - b) l'esclusione di qualsiasi conflitto di interesse tra attività pubblica e attività privata;
  - c) l'ottimizzazione della spesa, sia attraverso la realizzazione di economie sulle poste iscritte nel bilancio comunale, sia attraverso la realizzazione di progetti, interventi o opere che non trovano copertura finanziaria ordinaria.
6. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell'Ente, le disposizioni del presente regolamento vanno interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

## **Art. 2 - Definizioni ed ambito di applicazione**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per "**contratto di sponsorizzazione**" il contratto, a prestazioni corrispettive, mediante il quale l'Amministrazione comunale offre, nell'ambito di proprie iniziative ed attività ad un terzo, denominato sponsor, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il marchio, l'immagine, l'attività, i prodotti, i servizi e simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto. Lo sponsor si obbliga, a titolo di controprestazione, a pagare un corrispettivo in denaro, ad eseguire lavori, a fornire beni o a prestare servizi;
  - b) per "**sponsor**" il soggetto privato (persona fisica o giuridica), o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;

- c) per **"spazio pubblicitario"**: lo spazio fisico o digitale, e ogni altro supporto utilizzato per veicolare le attività pubblicitarie e promozionali dello sponsor.
  - d) Per **"erogazione liberale"** l'offerta, a titolo di liberalità a favore dell'amministrazione di somme di denaro, di beni o di servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative e rassegne o dell'allestimento di spazi espositivi.
2. Le Associazioni esistenti nel territorio comunale hanno facoltà di reperire sponsor o finanziatori nell'interesse dell'Amministrazione Comunale, secondo quanto previsto dalle norme di legge e dal presente Regolamento, in relazione ad interventi ed eventi di carattere locale.
  3. L'Amministrazione, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare incarico professionale di reperimento delle sponsorizzazioni o delle erogazioni liberali a soggetti operanti nel campo pubblicitario o fund- raiser.

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

1. Al fine di ampliare le potenzialità promozionali della sponsorizzazione, l'Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati. In particolare le iniziative possono essere:
  - a) inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale; in questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di minor spesa di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale;
  - b) inserite in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è vincolata all'attivazione di contratti di sponsorizzazione o alla disponibilità delle economie di cui alla precedente lett. a;
  - c) conseguenti a proposte definite in corso d'anno dalla Giunta anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.
2. L'Amministrazione definisce di regola il valore di riferimento delle sponsorizzazioni che intende attivare, in considerazione delle caratteristiche e delle potenzialità del progetto, dell'iniziativa o dell'intervento.

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

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:
  - a) in una somma di danaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure;
  - b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor: gli esecutori materiali delle prestazioni individuati dallo sponsor devono essere in possesso di tutti i requisiti specifici necessari per contrattare con le amministrazioni pubbliche.

## **Art. 5 - Scelta dello sponsor**

1. L'individuazione dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità e comunque nel rispetto dei principi di cui all'art. 26 D.Lgs. 163/2006.
2. L'amministrazione si avvale di tutti gli strumenti comunicativi e relazionali, anche di quelli non espressamente disciplinati dal presente regolamento, che, in relazione all'oggetto della sponsorizzazione e alle specificità dell'ambito in cui è proposta, appaiano più idonei a stimolare l'interesse e l'eventuale confronto tra i potenziali sponsor.
3. Quando la sponsorizzazione ha ad oggetto servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor l'individuazione dello sponsor è preceduta da invito ad almeno cinque soggetti interessati, se compatibile con l'oggetto del contratto. Qualora l'importo della prestazione sia inferiore rispettivamente ad euro 20.000,00 (per servizi e forniture) e ad euro 40.000,00 (per lavori), l'individuazione può avvenire in forma diretta.
4. L'Amministrazione, qualora lo ritenga più vantaggioso in relazione alle potenzialità attrattive dell'iniziativa, in alternativa all'invito di cui al precedente comma 3 predispone avviso promozionale al quale viene data idonea pubblicità. L'avviso è comunque pubblicato all'Albo Pretorio, sul sito Internet del Comune e reso disponibile presso gli uffici comunali interessati all'iniziativa
5. L'invito e l'avviso di cui ai precedenti commi 3 e 4 contengono l'elenco degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione intende pervenire alla stipula del contratto di sponsorizzazione, con l'indicazione degli elementi essenziali per la formulazione delle proposte, tra i quali:
  - a) le principali caratteristiche dell'attività, progetto o iniziativa;
  - b) l'individuazione dello spazio pubblicitario e la durata del periodo di suo utilizzo da parte dello sponsor, previa intesa di massima con la competente Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, quando necessaria;
  - c) l'eventuale diritto di esclusiva;
  - d) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
  - e) i criteri per la valutazione delle proposte.
6. Nel caso di proposte concorrenti, l'Amministrazione valuta l'opportunità di favorire co - sponsorizzazioni.

## **Art. 6 - Recepimento di offerte spontanee**

1. L'Amministrazione può recepire offerte spontanee formulate da soggetti interessati a sponsorizzare la realizzazione di interventi o di attività che risultino rispondenti all'interesse pubblico.
2. Se il corrispettivo della sponsorizzazione consiste in una somma di denaro il responsabile del servizio competente, prima di sottoscrivere il contratto, valuta la congruità della proposta in relazione ai valori di mercato.
3. Se il corrispettivo della sponsorizzazione proposta consiste in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor si applicano i commi 3 e 4 del precedente art. 5 tranne nei casi, adeguatamente motivati, in cui la tempistica che scandisce la proposta non consenta il materiale esperimento delle procedure competitive e la proposta stessa appaia comunque congrua ed economicamente sostenibile.
4. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare la propria proposta originaria a quella eventualmente selezionata dall'Amministrazione a seguito delle procedure di cui al comma 3 del presente articolo, aggiudicandosi in tal modo la sponsorizzazione.

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

1. Il rapporto di sponsorizzazione viene regolato mediante sottoscrizione di un apposito contratto, da stipularsi nelle forme previste dal vigente Regolamento dell'attività contrattuale, nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) il contenuto, la durata temporale e le modalità di esercizio del diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario e le specifiche condizioni relative all'eventuale organizzazione di ulteriori attività promozionali;
  - b) gli obblighi assunti a carico dello sponsor ivi compresa la prestazione di adeguate garanzie circa la corretta esecuzione del contratto, nonché l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'esposizione e alla veicolazione del messaggio pubblicitario.
  - c) la definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo;
  - d) la disciplina dettagliata dell'uso del logo, marchio o segni distintivi da parte dello sponsor nonché dell'attività promozionale dei prodotti, servizi e simili dallo stesso esercitabile.
  - e) l'eventuale diritto di esclusiva concesso allo sponsor;
  - f) l'onere delle spese contrattuali;
  - g) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

#### **Art. 8 – Sponsorizzazione di aree verdi comunali.**

1. Le aree destinate a verde pubblico che potranno essere oggetto di contratti di sponsorizzazione sono preliminarmente individuate con deliberazione della Giunta Comunale.
2. Il contratto deve prevedere l'obbligo dello sponsor di provvedere al primo impianto o alla manutenzione ordinaria dell'area verde rispettando il programma manutentivo minimo che verrà allegato all'avviso di procedura di sponsorizzazione e con l'obbligo di porre a dimora particolari essenze arboree o piante fiorite che eventualmente il servizio avrà indicato in relazione al luogo ed all'esposizione dell'area da sistemare a verde.
3. Il progetto di primo impianto potrà essere redatto dal servizio tecnico comunale e posto a base della procedura di sponsorizzazione, ovvero essere redatto dallo sponsor ed allegato quale parte essenziale al contratto di sponsorizzazione.
4. L'area non potrà in alcun modo essere sottratta all'uso pubblico se non per il tempo strettamente necessario alle operazioni di impianto e manutenzione.
5. La pubblicità potrà avvenire tramite l'inserimento nell'area verde di cartelli in numero adeguato alla superficie dell'area; la dimensione ed il bozzetto dovranno essere approvati dal servizio tecnico comunale.

#### **Art. 9 - Sponsorizzazione di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale**

1. Ai contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come elencati al precedente art. 5, comma 1, nonché le disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.
2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà risultare qualificato relativamente alla tipologia dell'intervento.
3. Qualora le imprese edili e le imprese da esse collegate o controllate rivestano la qualità di sponsor dell'amministrazione attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in nessun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.
4. L'Amministrazione impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.
5. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti e alla soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

**Art. 10 – Destinazione di quota dei risparmi di spesa al fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all’art. 15 CCNL 1999.**

1. Le somme costituenti il corrispettivo della sponsorizzazione, così come definito al comma 1 dell’art. 4 sono considerati risparmi di spesa.
  2. I risparmi di spesa che si realizzano attraverso i contratti di sponsorizzazione, ad eccezione delle ipotesi di cui all’art. 6 del presente Regolamento, sono destinate, compatibilmente con le disponibilità di bilancio ed i limiti di spesa imposti dalle norme nazionali in materia di personale, al fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività del personale dipendente, secondo quanto disposto dall’art. 15 CCNL 1999, nella seguente misura:
    - a. Fino a € 2.500,00 **15%**
    - b.** Sugli importi superiori a € 2.500,00 e fino a € 5.000,00 **10%**
    - c. Sulle somme eccedenti i € 5.000,00 **8%**
- La misura del compenso è calcolata con il criterio della percentuale applicata per scaglioni successivi.  
L’importo totale del compenso per ogni sponsorizzazione non può superare comunque euro 1.000,00.  
L’effettiva destinazione è stabilita in sede di contrattazione decentrata aziendale.
3. La restante quota resta acquisita al bilancio dell’Ente.
  4. La Giunta Comunale, nell’attivare il progetto di sponsorizzazione provvede a stanziare le somme di cui al comma 2, ovvero dà atto della mancanza dei presupposti.

**Art. 11- Aspetti contabili**

1. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono inserite, secondo quanto previsto dal Dlgs 267/2000 e dal Dpr 194/1996, nel bilancio di previsione ad inizio anno, o durante l’anno con successiva variazione, sulla base di criteri prudenziali.
2. I proventi derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono contabilizzati tra le entrate extratributarie al Titolo III categoria 5. Le spese derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono contabilizzate, secondo la natura corrispondente, nella funzione/servizio interessati dall’iniziativa di sponsorizzazione. Al fine di garantire la massima trasparenza delle iniziative di sponsorizzazione e supportare gli adempimenti fiscali, nel bilancio finanziario vengono rilevate le operazioni permutative.
3. Le risorse individuate come minori spese e costituenti nella fornitura da parte dello sponsor di beni durevoli sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto di ammortamento economico.
4. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono altresì contabilizzate nel rendiconto, parte finanziaria di cui conto del bilancio e parte economico-patrimoniale, di cui conto del patrimonio e conto economico, nel rispetto della normativa e dei principi contabili vigenti.

**Art. 12 - Aspetti fiscali**

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
2. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor all’ente del valore del servizio o del bene, soggetta ad Iva, e la fatturazione dell’ente allo sponsor di un pari importo,



sempre soggetta ad Iva, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.

### **Art. 13 - Clausole di salvaguardia**

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione o di recedere dal contratto sottoscritto qualora:
  - a) ritenga che possa derivarne una situazione di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno all'immagine dell'Ente o alle proprie iniziative;
  - c) la reputi inaccettabile per motivi d'opportunità 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 armi, tabacco, prodotti alcolici e materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di discriminazione, fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
  - d) veicolazione pubblicitaria di un marchio, un logo o un messaggio con contenuti non conformi a quanto previsto dalle normali regole e dagli usi consolidati in materia di disciplina pubblicitaria.

### **Art. 14 – Trattamento dei dati personali**

1. L'esecuzione dei contratti di sponsorizzazione avviene nell'osservanza della disciplina in materia di protezione dei dati personali.
2. Lo sponsor viene nominato dal Sindaco quale responsabile del trattamento dei dati relativi al rapporto di sponsorizzazione.
3. Il Responsabile del procedimento può inserire il nome, la ditta, il logo o il marchio dello sponsor all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali.

### **Art. 15 - Entrata in vigore**

1. Il presente Regolamento entra in vigore all'atto dell'esecutività della deliberazione di approvazione da parte del Consiglio Comunale.