



PROVINCIA DI MANTOVA

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

Adottato dal Consiglio Provinciale con Deliberazione N.11 del 31 marzo 2009

In vigore dal 27 aprile 2009

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

* * *

Art. 1 – Oggetto e 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, nell'art.120 del d.lgs. 42/2004 e nell'art.26 del d.lgs. 163/2006 e s.m.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori economie di bilancio, nonché a migliorare i servizi istituzionali.
3. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) il perseguimento di interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
 - c) le iniziative di sponsorizzazione devono essere consone e compatibili con la natura istituzionale della Provincia e garantire la posizione di neutralità della medesima;
 - d) il conseguimento dei vantaggi di cui al comma 2 dell'art.2 del presente regolamento.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale la Provincia (sponsee) si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative o attività, a diffondere, tramite prestazioni di veicolazione con funzione di pubblicità, il nome, il logo, il marchio, i prodotti o altri messaggi di un soggetto terzo (sponsor), il quale si obbliga a fornire quale corrispettivo una determinata prestazione;

per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in denaro, beni, servizi, o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;

per "**sponsor**": il soggetto (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con la Provincia;

per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dalla Provincia di Mantova per la pubblicità dello sponsor.

2. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa, nella realizzazione di una iniziativa o di un'opera di pubblico interesse, oppure un miglioramento della qualità o un incremento del livello dei servizi resi.

Art. 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Dirigente. A tale scopo i progetti di sponsorizzazione devono essere inclusi tra gli obiettivi del PEG fin dalla sua iniziale programmazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione 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 ordinaria.

Art. 4 - Procedure di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura negoziata, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet della Provincia, e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - l'indicazione dell'attività oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato (o progetto di sponsorizzazione);
 - l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta dove lo sponsor deve indicare:
 - il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
per le persone fisiche:

l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o

limitativa della capacità contrattuale;

l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;

l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);

la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

per le persone giuridiche:

oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite 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.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Settore che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Esaurita la fase di selezione, viene approvata, con apposito atto dirigenziale, la relativa graduatoria.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del Settore 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. Qualora l'iniziativa di sponsorizzazione muova su iniziativa di soggetti terzi alla Provincia, i quali offrano spontaneamente denaro, beni o servizi, la Provincia valutatane l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare la proposta di sponsorizzazione pervenuta dal soggetto proponente con possibili ulteriori offerte migliorative. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procederà tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione di quella più conveniente. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In questo caso il promotore risulterà aggiudicatario.
10. In caso di sponsorizzazioni, anche a carattere pluriennale, il cui importo o valore stimato risulti complessivamente superiore alla soglia di rilevanza comunitaria, si procederà all'individuazione del contraente attraverso procedure di evidenza pubblica.

11. Per sponsorizzazioni di importo inferiore a Euro 10.000,00 (Iva esclusa) è ammessa la scelta diretta del contraente.

Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto e la finalità del contratto di sponsorizzazione;
- b) il diritto dello sponsor all'utilizzazione "esclusiva ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario;
- c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine ai fini pubblicitari;
- d) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- e) gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- f) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
- g) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- h) le modalità procedurali, le garanzie richieste e le responsabilità;
- i) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.
- j) divieto di cessione del contratto di sponsorizzazione.

2. Il contratto deve prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'amministrazione provinciale.

Art. 6 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Provinciale, 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 o attività;
- 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.

Art. 7 - 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 dal D.Lgs. 30 giugno 2003, n.196 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è la Provincia di Mantova in persona dei responsabili del trattamento di volta in volta individuati in conformità alla legge citata.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici provinciali 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. 8 - Aspetti fiscali

1. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale vigente, 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 di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor alla Provincia del valore del servizio o del bene, soggetta all'IVA e la fatturazione della Provincia allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad IVA, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.

Art. 9 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Settore 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 di sponsorizzazione.

Art. 10 - Atti di liberalità

1. Rimangono esclusi dalla disciplina del presente regolamento gli atti di liberalità, comunque denominati, anche finalizzati ad iniziative specifiche, dai quali non derivi, per la Provincia, alcuna specifica obbligazione.
2. Sono altresì escluse le erogazioni liberali effettuate a favore della Provincia da parte di soggetti privati o da enti, nelle quali prevalgono profili di cosiddetto mecenatismo da parte del finanziatore, il quale si riserva unicamente la facoltà di rendere pubblico il proprio contributo.