




**Città di Nichelino**  
Provincia di Torino

## REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione Consiglio Comunale n. 59 del 26.7.2007  
Modificato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 58 del 18.7.2017

## SOMMARIO

Articolo 1 Finalità.....	3
Articolo 2 Condizioni .....	3
Articolo 3 Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari .....	3
Articolo 4 Definizioni .....	4
Articolo 5 Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor.....	4
Articolo 6 Requisiti ed esclusione .....	5
Articolo 7 Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione .....	5
Articolo 8 Contratto di sponsorizzazione.....	6
Articolo 9 Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni.....	6
Articolo 10 Aspetti fiscali.....	7
Articolo 11 Verifiche e controlli .....	7
Articolo 12 Trattamento dei dati personali.....	7
Articolo 13 Riserva organizzativa .....	8
Articolo 14 Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni .....	8
Articolo 15 Controversie .....	8
Articolo 16 Norme di rinvio .....	8



## ARTICOLO 1

### FINALITÀ

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, degli artt. 26 e 53 del D.Lgs. 163/2006, 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, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza) e secondo le indicazioni contenute nella determinazione dell'Autorità di Vigilanza sui Lavori Pubblici n. 24 del 5 dicembre 2001.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.



## ARTICOLO 2

### CONDIZIONI

1. 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) il conseguimento di risparmi di spesa.

## ARTICOLO 3

### CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, ditte, imprese e associazioni senza fini di lucro per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.
  2. Ai sensi degli artt. 26 e 53 del D.Lgs. 163/2006 i contratti di sponsorizzazione possono avere, altresì, come oggetto i lavori pubblici di cui all'allegato I del D.Lgs. 163/2006 ed i servizi di cui all'allegato II del medesimo D.Lgs. 163/2006 e secondo le indicazioni contenute nella determinazione dell'Autorità di Vigilanza sui Lavori Pubblici n. 24 del 5 dicembre 2001.
- 
- 

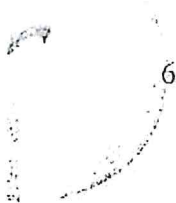
## ARTICOLO 4 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
  - c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
  - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

## ARTICOLO 5 PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor per importi superiori a 40.000,00 euro è effettuata mediante procedura aperta preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, 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:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "capitolato o progetto di sponsorizzazione".
  - b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione
  - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta ed indica:
  - d) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - e) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.



- 
6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal responsabile del settore dell'Amministrazione Comunale nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.
  7. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.



## ARTICOLO 6

### REQUISITI ED ESCLUSIONE

1. Per la scelta dello sponsor si applicano le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto di cui al D.Lgs. 163/2006 (Codici dei contratti pubblici).
2. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i soggetti privi dei requisiti di capacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione ai sensi delle leggi vigenti.
3. Sono altresì esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione Comunale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

## ARTICOLO 7

### INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG. Nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Dirigente per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione, con conseguente integrazione del PEG.
  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 nonché i lavori pubblici ed i servizi di cui all'art. 3, comma 2, del presente Regolamento.
  3. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.
- 
- 

## ARTICOLO 8

### 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 le finalità del contratto di sponsorizzazione;
  - b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario in via esclusiva ovvero non esclusiva;
  - c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefits, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
  - d) l'individuazione del pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor;
  - e) la durata del contratto di sponsorizzazione;
  - f) gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
  - g) le modalità di versamento degli eventuali proventi della sponsorizzazione;
  - h) le specificazioni degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione;
  - i) il corrispettivo della sponsorizzazione;
  - l) le modalità procedurali, le garanzie richieste e le responsabilità;
  - m) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.
2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione.

## ARTICOLO 9

### DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. L'Amministrazione Comunale, 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.

## ARTICOLO 10

### 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, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

## ARTICOLO 11

### VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio dell'Amministrazione, competente nella materia per cui il contratto di sponsorizzazione è stato concluso, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. L'esecuzione di lavori pubblici mediante contratto di sponsorizzazione è soggetta a sorveglianza e vigilanza da parte del competente servizio dell'Amministrazione Comunale.

## ARTICOLO 12

### 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 dall'art. 7 del D.Lgs. 196/2003.
3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.

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

### **ARTICOLO 13**

#### **RISERVA ORGANIZZATIVA**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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.

### **ARTICOLO 14**

#### **UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le somme previste nei capitoli di spesa, interessati dalla sponsorizzazione, sono considerate risparmi di spesa, secondo la normativa vigente e secondo i parametri di riferimento stabiliti dalla Giunta Comunale, con riferimento agli articoli 1 e 3 del presente Regolamento.

### **ARTICOLO 15**

#### **CONTROVERSIE**

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Torino, sezione distaccata di Moncalieri.

### **ARTICOLO 16**

#### **NORME DI RINVIO**

1. Per quanto non previsto nel presente Regolamento si applica la normativa vigente in materia di contratti di sponsorizzazione.