

Regolamento per il reperimento di sponsor e la stipulazione di contratti di Sponsorizzazione e accordi di collaborazione

Art. 1 - OGGETTO

Il presente regolamento disciplina il reperimento di sponsor e la stipulazione di contratti di sponsorizzazione e accordi di collaborazione, in attuazione dei principi contenuti nell'art. 43 della L. n. 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000 e dell'art.26 del D. Lgs. n.163/06, con soggetti pubblici e/o privati e/o associazioni senza fini di lucro.

Art.2 - FINALITA'

Le finalità che l'Ente si pone nella stipula di contratti di sponsorizzazione e accordi di collaborazione sono:

1. realizzare maggiori economie di spesa ed incrementare i volumi di entrata, anche nel rispetto del patto di stabilità interno di cui all'art. 28 della legge 23 dicembre 1998, n. 448, e s.m.i;
2. migliorare la qualità dei servizi prestati;
3. favorire l'innovazione nell'organizzazione amministrativa;
4. ogni altra finalità di valenza collettiva.
5. il perseguimento di interessi pubblici

Art. 3 - DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per **"contratto di sponsorizzazione"**: un contratto atipico a forma libera di natura patrimoniale a prestazioni corrispettive (sinallagmatico), in forza del quale lo sponsorizzato (o la Provincia di Milano) si obbliga a consentire ad altri (lo sponsor) l'uso della propria immagine pubblica e del proprio nome, per promuovere un marchio o un prodotto specificamente marcato, dietro corrispettivo che può sostanziarsi in una somma di denaro, in beni o servizi ovvero in entrambi, da erogarsi da parte dello sponsor, direttamente o indirettamente.
 - b) per **"sponsorizzazione"**: ogni corrispettivo in denaro (sponsorizzazione monetaria), ovvero ogni prestazione diretta o indiretta (sponsorizzazione tecnica), proveniente dallo sponsor allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno d'immagine tramite la stipulazione di un contratto di sponsorizzazione;
 - c) per **"sponsor"**: i soggetti di natura commerciale; in forma singola o collettiva, che intenda/no stipulare un contratto di sponsorizzazione con la Provincia di Milano, a fronte delle azioni volte a garantire la visibilità del marchio previste nello stesso;
 - d) per **"spazio pubblicitario o di comunicazione"**: lo spazio fisico o virtuale o qualsiasi altro supporto, anche informatico, atto alla veicolazione del marchio dello sponsor messo a disposizione dalla Provincia di Milano
 - e) per **"accordo di collaborazione"**: si intende ogni ipotesi di accordo, nato ad iniziativa congiunta tra l'Amministrazione e un soggetto pubblico o privato, individuale o collettivo, che si proponga di realizzare progetti e iniziative congiunte di interesse collettivo nell'ambito dei settori d'intervento specificati nel successivo articolo.

Art. 4 - AMBITI GENERALI DI INTERVENTO

1. L'Amministrazione individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati, in relazione a:
 - a) attività culturali, spettacolari e del tempo libero, di differente tipologia;
 - b) attività sportive;
 - c) attività nel campo sociale e di assistenza alla persona;
 - d) attività di promozione turistica;
 - d bis) attività di promozione dell'economia e dell'imprenditoria locale,

- e) attività di valorizzazione del patrimonio provinciale ad uso pubblico come scuole, caserme, etc;
- f) attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali, compresa l'esecuzione di scavi archeologici;
- f bis) attività educative e formative rivolte alle istituzioni scolastiche
- g) attività inerenti i Lavori Pubblici;
- h) attività inerenti il servizio di Verde Pubblico;
- i) attività inerenti la Protezione Civile;
- l) ogni altra attività istituzionale e/o di interesse collettivo
- m) attività riguardanti l'utilizzo di spazi pubblicitari presso i cantieri edili o gli stabili di proprietà.
- n) attività inerenti il benessere animale nelle sue varie forme

Art.5 - INDIVIDUAZIONE DELLO SPONSOR

1. La ricerca dello sponsor da parte dell'Amministrazione per il finanziamento degli interventi previsti all'art. 4 è effettuata secondo la procedura negoziata, salvo quanto disposto al successivo comma 2.
2. In caso di sponsorizzazioni, anche a carattere pluriennale, il cui importo o valore risulti complessivamente superiore alla soglia comunitaria, si procede all'individuazione del contraente attraverso procedure ad evidenza pubblica.
3. La scelta dello sponsor è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso pubblico e, comunque, da adeguate forme di pubblicità al fine di stimolare l'interesse dei privati a concorrere o ad assumere la sponsorizzazione di cui trattasi.
4. Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili e degli eventi che si prevede di realizzare, la Direzione Centrale Presidenza, dopo l'approvazione del bilancio di previsione, cura la pubblicazione di apposito avviso di gara per conseguire il finanziamento relativo alle iniziative che sono programmate. Le offerte di sponsorizzazione vengono esaminate da apposite commissioni di gara.
5. L'offerta di sponsorizzazione è approvata con Determinazione Dirigenziale del settore competente per materia.
7. Ove pervengano più offerte, esaurita la fase di selezione, il Dirigente competente per materia approva, con apposito atto l'iniziativa per la quale è prevista la sponsorizzazione.
8. In caso di sponsorizzazioni finanziarie la scelta del contraente avverrà secondo criteri che privilegino il massimo finanziamento possibile previa verifica dei requisiti di cui al successivo comma.
9. La sponsorizzazione può essere affidata anche ad un solo soggetto in qualità di title sponsor. Tale fattispecie non pregiudica comunque la possibilità per l'Amministrazione di recepire singole sponsorizzazioni per i progetti rientranti nella stessa iniziativa.
10. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:
 - a) in caso siano state esperite senza esito le procedure di cui ai commi 1, 2, 3 e 4;
 - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
 - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a Euro 20.000,00 (esclusa iva)
11. Ove pervenga all'Amministrazione, da parte di un soggetto sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata ad un determinato evento, l'Amministrazione stessa, valutata l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito avviso pubblico di cui all'Articolo 7 del presente regolamento.
12. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività della Provincia.

Art.6 - REQUISITI DELLO SPONSOR

1. Lo sponsor dovrà possedere i seguenti requisiti:
 - a) assenza di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata oggetto della sponsorizzazione o dell'accordo di collaborazione;
 - b) assenza nel triennio antecedente la stipula del contratto di sentenze passate in giudicato relative a contenzioso intercorso con l'Amministrazione
 - c) inesistenza di situazioni pregiudizievoli o limitative delle capacità contrattuale
 - d) idonea capacità economico-finanziaria (in caso di sponsorizzazioni finanziarie)
 - e) di onorabilità tali da escludere la sussistenza di una delle cause di sospensione, di decadenza o di divieto previste dall'art. 10 legge 575/1965 e s.m.i e l'inesistenza dell'applicazione di provvedimenti cautelari antimafia o la sottoposizione a misure di prevenzione;
 - f) la non appartenenza a organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - g) l'inesistenza dello stato di fallimento, liquidazione coatta o concordato preventivo o di procedure concorsuali in corso, per la dichiarazione di una delle suindicate situazioni;
 - h) di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro;
 - i) che non sono state comminate sanzioni interdittive che importino il divieto di contrattare con la Pubblica Amministrazione o il divieto di pubblicizzare i propri beni o servizi, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità medesima.

Art. 7 - L'AVVISO PUBBLICO

1. L'avviso per la scelta dello sponsor reca in particolare:
 - a) l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione delle opportunità di comunicazione;
 - c) le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta;
 - d) l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione.
2. Dell'avviso di cui al precedente comma, è data notizia mediante pubblicità su almeno due quotidiani di cui uno a carattere nazionale e uno a carattere locale e mediante inserimento nel sito istituzionale dell'Ente e sul B.U.R.L.. Si procede alla sola pubblicazione sul sito web qualora sia necessario chiedere offerte di sponsorizzazione di valore non superiore alla soglia comunitaria.
3. Ove pervenga all'Amministrazione, da parte di un soggetto sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata ad un determinato evento, attività o servizio, l'Amministrazione stessa, valutata l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispose apposito avviso pubblico con cui si manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'iniziativa proposta. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procederà, tramite selezione delle offerte pervenute, alla individuazione dell'aggiudicatario, sulla base dei criteri determinati nell'avviso. Il soggetto promotore potrà adeguare la propria offerta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente ed in tal caso ne risulterà aggiudicatario

Art.8 - PRESENTAZIONE OFFERTA

1. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare, almeno:
 - a) l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione.
8. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte da soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza, attestanti:
 - per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)
 - a). l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - b). l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - c). l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);

d). l'inesistenza di una delle cause di esclusione di cui all'articolo 18 commi 2 e 3;
per i soggetti pubblici

e) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

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.

I soggetti sia pubblici che privati devono altresì documentare, anche attraverso autocertificazione, la rispondenza della loro attività complessiva ai requisiti e criteri etici di cui agli artt. 6 e 18 del presente regolamento.

Art.9 – PROGETTO DI SPONSORIZZAZIONE O DI COLLABORAZIONE

Il progetto di Sponsorizzazione o di Collaborazione se afferente alle materie di competenza del Consiglio Provinciale deve essere sottoposto all'approvazione dell'Ufficio di Presidenza del Consiglio. Altrimenti, su proposta del Presidente della Provincia o dell'Assessore competente per materia, deve essere sottoposto all'approvazione della Giunta

Art.10 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le modalità della sponsorizzazione sono disciplinate da apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- la qualificazione delle parti contraenti;
- l'oggetto del contratto e la finalità;
- la durata del contratto;
- il valore economico della sponsorizzazione (iva esclusa);
- le modalità di svolgimento della sponsorizzazione;
- l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor e dall'Amministrazione e la definizione;
- dei rapporti reciproci;
- le modalità di controllo da parte dell'Amministrazione;
- l'indicazione degli spazi o forme pubblicitarie o altri benefit consentiti allo sponsor;
- la definizione degli aspetti fiscali;
- le responsabilità dello sponsor;
- le cause e le modalità di rescissione del contratto;
- il divieto di cessione contrattuale.

2. Nel caso di sponsorizzazioni riguardanti la realizzazione di opere pubbliche, compresa la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori, i relativi contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

3. Nel contratto di cui al precedente comma devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Provinciale intende inserire.

4. E' di competenza dell'Amministrazione Provinciale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo nonché i collaudi ivi compresi quelli in corso d'opera.

5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori, servizi e forniture 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.

I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori, servizi e forniture definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività previste dalla normativa sugli appalti pubblici.

Art.11 - GARANZIE

1. A garanzia dell'adempimento del contratto di sponsorizzazione l'Amministrazione nell'ambito del sub procedimento, può richiedere allo sponsor, prima della sottoscrizione del contratto, la costituzione di apposita garanzia a favore dell'Amministrazione.
2. Nell'ipotesi di sponsorizzazione tecnica lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore di beni o servizi ovvero a realizzare l'opera, previa certificazione dell'Amministrazione di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.
3. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, del contratto, fatto salvo il diritto di rivalsa da parte dell'Amministrazione sulle somme versate dallo sponsor a titolo di garanzia previste nel contratto di sponsorizzazione.

Art.12 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Dirigente dell'unità organizzativa competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti contrattuali.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor a cui deve essere richiesto l'adempimento in forma specifica e l'eventuale risarcimento del danno.

Art.13 - NORME PER L'UTILIZZO DEL NOME E DEL MARCHIO DELLO SPONSOR, DELLO STEMMMA DELLA PROVINCIA DI MILANO.

1. I contratti di sponsorizzazione devono includere le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela del marchio dello sponsor e dello stemma della Provincia di Milano, con specificazione delle modalità di utilizzo dei loghi e dei segni distintivi, rispettivamente dello sponsor e della Provincia di Milano, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "sponsorizzante o Provincia di Milano" ovvero di quello "collaborante o sponsor" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine della Provincia di Milano.
3. L'Amministrazione provinciale può definire, di volta in volta, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi.

Art.14 - RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La Provincia può affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate o consulenti, previo esperimento di procedura ad evidenza pubblica, adeguata al valore della sponsorizzazione.
3. I requisiti di partecipazione alla selezione dovranno tenere conto dei seguenti elementi:
 - a) volume d'affari dell'ultimo triennio;
 - b) struttura organizzativa (numero dipendenti, filiali ecc.)
 - c) precedenti incarichi di reperimento delle sponsorizzazioni per gli enti pubblici e/o soggetti privati;
 - d) curriculum professionale degli agenti.
4. L'offerta economica verrà valutata sulla base del compenso richiesto, da esprimersi in termini di percentuale sul fatturato da sponsorizzazioni procacciate (*royalties*), in base alla tipologia delle iniziative oggetto del contratto di agenzia e su eventuali ulteriori elementi stabiliti nell'avviso di selezione.

Art.15 - DICHIARAZIONI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI

1. I soggetti sponsor affidatari del contratto di sponsorizzazione devono dichiarare nell'ambito del procedimento preliminare alla conclusione del contratto il possesso dei requisiti di cui all'art.6

Art.16 - ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1. La stipulazione di accordi di collaborazione avviene mediante la formula del contratto.
2. Nel contratto sono definiti gli impegni e gli oneri a carico di ciascun soggetto per la realizzazione dell'iniziativa oltre alle responsabilità reciproche; tale forma di collaborazione esula dal regime dei contratti a prestazioni corrispettive.
Per importi inferiori alla soglia comunitaria il contratto può avere la forma della scrittura privata con firma autenticata.

Art.17 - CASI DI ESCLUSIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. L'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare la sponsorizzazione qualora:
 - a) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - b) lo sponsor nelle proprie attività non rispetti i principi definiti dalla Risoluzione n. 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;
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, religiosa;
 - b) promozione di tabacco, armi, prodotti alcolici e quelli dannosi alla salute, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo;
3. L'Amministrazione, con deliberazione della Giunta Provinciale o del UdP del Consiglio per quanto di rispettiva competenza, adeguatamente motivata, può rifiutare le sponsorizzazioni che pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi siano ritenute in contrasto con le proprie finalità.

Art.18 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

I risparmi di spesa di norma verranno ad essere utilizzati dal settore che li ha generati per implementare attività in capo allo stesso

La Giunta provinciale o l' UdP del Consiglio, per quanto di rispettiva competenza, potranno con propria deliberazione derogare al precedente comma, destinando gli importi di cui sopra ad interventi ritenuti prioritari. Una percentuale non superiore al 30% dell'eventuale risparmio di spesa, al netto delle spese di sponsorizzazione, potrà essere destinata per l'incentivazione con riferimento prioritario al personale coinvolto nella gestione e organizzazione dell'iniziativa, nel rispetto delle regole e modalità stabilite in sede di contrattazione collettiva decentrata.

Art.19 - ASPETTI FISCALI

1. L'Amministrazione dà atto nel rapporto contrattuale con lo Sponsor che il corrispettivo della sponsorizzazione è soggetto ad imposta I.V.A. ai sensi del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e ss.mm.ii..
2. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa o con una quota della stessa, in relazione alla totale o parziale copertura della spesa prevista con la sponsorizzazione.
3. La disciplina sull'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni, servizi e opere; in tal caso si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo quanto previsto dall'art. 13 D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.
4. In tal caso sia l'Amministrazione che lo sponsor devono emettere fattura, indicando il valore dell'intervento o della prestazione o della fornitura e ad assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA (valore normale dei beni e servizi ex art. 13, 2° comma, lett. d),

D.P.R. n.633/72). In particolare la fattura emessa dall'Amministrazione deve essere rapportata al valore commerciale o ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi.

Art.20 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti del D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 e ss.mm.ii.
2. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento; essi possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 21 – OSSERVATORIO

1. Ai fini dell'applicazione e dell'efficacia degli effetti applicativi del presente regolamento, si istituisce un Osservatorio formato da 3 Dirigenti nominati dal Presidente della Provincia di Milano. Alle adunanze dell'Osservatorio parteciperanno l'Assessore maggiormente interessato dalla sponsorizzazione o collaborazione e fino a n. 3 Consiglieri individuati di volta in volta dall'UdP del Consiglio
2. ogni anno l'Osservatorio presenta alla Giunta Provinciale ed al Consiglio Provinciale apposita informativa nella quale sono elencati tutti i Contratti di sponsorizzazione e di collaborazione conclusi nell'anno di riferimento, con il relativo importo.

Art. 22 Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua pubblicazione all'albo della Provincia.
2. Con l'entrata in vigore del presente regolamento è abrogata ogni altra disposizione che disciplina la materia.