



**COMUNE DI GRADO**  
**PROVINCIA DI GORIZIA**

**REGOLAMENTO**  
**PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE**  
**DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Adottato con deliberazione consiliare n.9 del 31.01.2005

## **Art.1**

### **Finalità**

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione del Comune di Grado e viene redatto in attuazione alle disposizioni contenute nella seguente disciplina normativa:

- Articolo 43 della legge 27.12.1997 n.449;
- Articolo 28 della legge 23.12.1998 n.448;
- Articolo 119 del Decreto Legislativo 267/2000.

Il regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione del Comune di Grado e stabilisce che il contratto (di sponsorizzazione) determina il sorgere di un'obbligazione di "dare" o "facere" del privato a vantaggio della Pubblica Amministrazione.

Le iniziative di sponsorizzazione devono favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, realizzare maggiori economie e migliorare la qualità dei servizi prestati, perseguire interessi pubblici, escludere forme di conflitto di interessi tra attività pubblica e privata, comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti previsti.

## **Art.2**

### **Contenuti della sponsorizzazione**

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale chiunque, in ragione della propria attività, si occupa delle problematiche non in conflitto con l'interesse pubblico.

## **Art.3**

### **Definizioni**

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 pagare un determinato corrispettivo e/o a fornire una determinata prestazione, la possibilità di pubblicizzare il proprio nome, ragione sociale, logo, marchio, prodotto in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti, provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, logo, marchio, prodotto.. ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- c) per "sponsor": il soggetto pubblico e/o privato che intende stipulare 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.

#### **Art.4**

#### **Individuazioni delle iniziative di sponsorizzazione**

Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al responsabile di servizio. In alternativa, durante il corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al responsabile di servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e prestazioni previsti dall'Ente.

#### **Art.5**

#### **Procedura di sponsorizzazione**

Il responsabile di servizio di competenza, in relazione ai singoli progetti e/o attività di competenza, in funzione dell'entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un avviso, indicando tra l'altro i soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi alla stipula di contratti di sponsorizzazione.

All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e/o inserimento nel sito internet del Comune e/o invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

1. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico "capitolato" (o progetto di sponsorizzazione);
2. l'indicazione dello spazio pubblicitario;
3. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso pubblico nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Servizio preposto nel rispetto dei criteri definiti nel progetto.

Nel caso in cui un soggetto privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari, al fine di rendere un servizio alla cittadinanza, o in mancanza di offerte a seguito dell'avviso pubblico, la Giunta Comunale può autorizzare la sponsorizzazione.

#### **Art.6**

#### **Contratto di sponsorizzazione**

Qualora l'importo dei beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari siano di valore superiore ai 15.000,00 Euro la gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto di sponsorizzazione nel quale sono, in particolare, stabiliti:

1. l'individuazione dell'oggetto del contratto;
2. il valore della sponsorizzazione;
3. gli impegni e/o gli obblighi dello sponsor;

4. la modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
5. gli impegni e/o gli obblighi dello sponsor;
6. i lavori, i servizi..., da eseguire a corrispettivo dell'attività dello sponsee;
7. le verifiche ed i controlli sulle attività dello sponsee;
8. le verifiche ed i controlli sulle attività dello sponsor;
9. i profili economici del rapporto contrattuale;
10. il recesso;
11. gli inadempimenti e la risoluzione del contratto;
12. la risoluzione di controversie relative all'esecuzione del contratto;
13. la spese e le disposizioni contrattuali finali.

Qualora l'importo dei beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari siano di valore inferiore ai 15.000,00 Euro i termini e le condizioni saranno pattuiti nella determinazione dirigenziale.

In tal caso l'accordo di sponsorizzazione tra l'Ente ed il soggetto privato verrà redatto nella forma di lettera commerciale sottoscritta da entrambe le parti.

#### **Art.7**

#### **Quando il Comune è sponsor**

L'Amministrazione Comunale di Grado può essa stessa assumere la veste di sponsor in relazione a particolari iniziative turistiche e culturali volte alla valorizzazione dell'immagine della Città di Grado. L'eventuale corrispettivo deve essere in ogni caso previsto del Centro di Responsabilità competente ed allocato in opportuna posta del PEG.

Il Dirigente del Servizio competente, sulla base dell'indicazione della Giunta Comunale e/o dell'Assessore competente provvede alla relativa imputazione economica mediante la sottoscrizione degli atti di competenza.

#### **Art.8**

#### **Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

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

- ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

#### **Art.9**

#### **Riserva organizzativa**

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale

secondo la disciplina del presente regolamento. La Giunta Comunale con l'approvazione del PEG e quindi dell'iniziativa interessata individua l'utilizzo dei mezzi di ricerca.

**Art.10**  
**Tutela discrezionale**

Il responsabile di servizio dovrà tener conto, nella scelta delle possibili sponsorizzazioni, dell'esigenza di tutelare e preservare l'immagine del Comune di Grado escludendo perciò ogni tipologia oggettiva non riconducibile a compiti istituzionali e contraria al comune senso dell'etica e della morale.

**Art.11**  
**Entrata in vigore**

Il presente regolamento entrerà in vigore il giorno stesso della esecutività della deliberazione di approvazione.