



I REGOLAMENTI PROVINCIALI:  
N. 86



PROVINCIA DI PADOVA

*REGOLAMENTO*  
*PER LA DISCIPLINA*  
*DELLE*  
*SPONSORIZZAZIONI*



*Approvato con D.C.P. del 24.10.2013 n. 49 reg*



## **Art. 1 Oggetto e finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione di iniziative organizzate e gestite dalla Provincia, in attuazione delle disposizioni dell'art. 43 della Legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 120 del D.Lgs. 42/2004, dell'art. 26 del D.Lgs. 163/2006, e con riferimento all'art. 1, comma 1-bis, della Legge 241/1990.
2. Al fine di favorire una migliore qualità dei servizi prestati e conseguire risparmi di spesa, il Dirigente di Settore può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati in relazione ad attività di interesse pubblico, in particolar modo nel campo della cultura, dello sport, del turismo, delle attività socio - assistenziali, di valorizzazione del patrimonio provinciale e dell'assetto urbano.
3. Può altresì ricorrere, per le stesse finalità di cui al comma precedente, a contratti di sponsorizzazione per l'acquisizione, di servizi o forniture, ovvero per la realizzazione di opere o lavori.
4. La sponsorizzazione può avere origine da iniziative dell'Amministrazione, cui deve essere assicurata idonea pubblicità, o dall'iniziativa di soggetti privati.
5. Gli strumenti di attuazione delle sponsorizzazioni non devono essere in contrasto con disposizioni di legge o regolamenti e devono escludere forme di conflitto d'interesse tra l'attività pubblica e quella privata.
6. In ogni caso devono essere definiti i limiti di 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 pubblicitario.

## **Art. 2 Definizioni**

1. Ai fini del seguente regolamento si intende:
  - a) per "contratto di sponsorizzazione" un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale la Provincia (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire una determinata prestazione, la possibilità di pubblicizzare il proprio nome, marchio, attività, prodotti, ecc, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine, in appositi predefiniti spazi pubblicitari;
  - b) per "sponsorizzazione" ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, prodotti, ecc, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
  - c) per "sponsor" la persona fisica o giuridica 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 dalla Provincia per la pubblicità dello sponsor;

e) per “sponsee” o “sponsorizzato” il soggetto che rende la prestazione di mezzi consistente nel mettere a disposizione la possibilità di pubblicizzare i segni distintivi dello sponsor nell'ambito dei propri eventi, iniziative o progetti.

### **Art. 3**

#### **Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Dirigente di Settore.

In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta provinciale può formulare indirizzi specifici al Dirigente di Settore per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.

2. Il ricorso ad iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, i lavori e le prestazioni di competenza della Provincia. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

### **Art. 4**

#### **Disposizioni organizzative**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Dirigente di Settore secondo la disciplina del presente regolamento.

### **Art. 5**

#### **Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. Ogni persona fisica o giuridica può presentare proposte di sponsorizzazione che l'Amministrazione si riserva di valutare.

2. L'Amministrazione nomina una commissione che valuta le proposte e che con motivazione scritta, le accoglie o respinge.

3. La ricerca dello sponsor è effettuata mediante avviso pubblicato all'Albo Pretorio e nel sito internet della Provincia. E' fatta salva la possibilità di utilizzare anche altre forme di volta in volta ritenute più convenienti ad assicurare la massima conoscenza e partecipazione.

### **Art. 6**

#### **Affidamento diretto**

1. Si può procedere all'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a) in caso sia stata esperita infruttuosamente la procedura selettiva di cui all'art. 5, comma 3;
  - b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, in cui la particolare natura e caratteristiche dell'evento o iniziativa oggetto di sponsorizzazione limitino la trattativa ad un unico determinato soggetto;
  - c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore ad € 20.000,00 (IVA esclusa).
2. In ogni caso, l'affidamento diretto avviene previa valutazione di congruità da parte del dirigente procedente.
3. Le sponsorizzazioni offerte da enti giuridici privi di finalità di lucro sono formalizzate come procedure di trattativa diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

## **Art. 7**

### **Contratto di sponsorizzazione**

1. Il rapporto di sponsorizzazione viene regolato mediante sottoscrizione di un apposito contratto 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**

### **Aspetti contabili e fiscali**

1. Le entrate acquisite a titolo di sponsorizzazione sono previste nel Bilancio e nel Piano Esecutivo di Gestione.

2. Ai fini dell'imposta sul valore aggiunto, il valore della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma versata dallo sponsor o al valore economico dei lavori eseguiti o delle forniture o dei servizi prestati.

#### **Art. 9**

#### **Diritto di rifiuto delle prestazioni**

1. Oltre al caso in cui ritenga che possa derivare un conflitto d'interessi fra l'attività pubblica e quella privata, l'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative. La valutazione viene effettuata dalla Giunta Provinciale.

2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni che contengono messaggi di natura politica, sindacale, filosofica, religiosa ovvero messaggi pubblicitari contrari alla legge o al buon costume, nonché messaggi offensivi e/o discriminatori, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia.

3. Non sono prese in considerazione proposte provenienti da aziende, enti, associazioni o soggetti che operino o abbiano operato in ambiti in contrasto o comunque non compatibili con le finalità e le competenze della Provincia.

#### **Art. 10**

#### **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, qualitativi e quantitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor a mezzo raccomandata a/r o PEC.

3. Il mancato rispetto delle norme contrattuali produce la risoluzione del contratto; è fatto salvo il risarcimento del danno.

#### **Art. 11**

#### **Rinvio**

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge ed ai regolamenti provinciali applicabili.

\*\*\*\*\*