



Comune di Amalfi

Provincia di Salerno

REGOLAMENTO PER I CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI, ACCORDI DI COLLABORAZIONE E CONVENZIONI

Art. 1 DEFINIZIONE

Il complesso delle attività dell'Ente Locale comprende progettualità e forme di intervento di elevato valore potenzialmente spendibili presso qualificati interlocutori esterni, interessati a sostenere la realizzazione.

La traduzione effettiva di simili potenzialità può pertanto trovare la propria fonte di finanziamento in risorse atipiche, come possono essere appunto qualificati i proventi dei contratti di sponsorizzazione.

Il contratto di sponsorizzazione è un contratto atipico a prestazioni corrispettive con funzione di pubblicità.

Il soggetto privato, o sponsor, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde una somma di denaro al gestore di manifestazioni ed attività varie.

ART. 2 RAPPORTI

La prestazione dello sponsor può, in genere, essere tradotta in corrispettivo economico, ma anche in servizi.

La prestazione dello sponsee (soggetto sponsorizzato) è una prestazione di mezzi consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor nei modi previsti dal contratto (lo sponsor deve il corrispettivo pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato).

ART. 3 RIFERIMENTO NORMATIVO

Riferimento normativo per la stipulazione di contratti di sponsorizzazione da parte di amministrazioni pubbliche in cui le stesse siano sponsee (ossia i soggetti che fruiscono dei finanziamenti dello

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. ssa LUCIA DOMINI)

Licia Domini



IL SINDACO
Dott. Antonio DE LUCA

Antonio De Luca

sponsor) sono la legge 27.12.1997, n. 449 – art. 43; il T.U. in materia di ordinamento degli Enti locali approvato con D. Lgs. 18 agosto 2000, n. 267.

I particolari rapporti sono finalizzati a favorire l'innovazione all'organizzazione amministrativa ed a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati.

I contratti di sponsorizzazione possono essere tradotti in veri e propri contratti, in accordi di collaborazione e in convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenza: in ogni caso la controparte dell'Ente Locale deve rientrare tra quelle individuate dalla disposizione normativa, ossia soggetti pubblici e privati ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.

L'art. 30 della legge n. 488/1999, modificando l'articolo 28 della legge n. 448/1998, stabilisce che tra le specifiche misure da adottare per la realizzazione del patto di stabilità, gli Enti Locali possono sviluppare le iniziative per la stipula di contratti di sponsorizzazione, accordi e convenzioni previsti dall'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, allo scopo di realizzare maggiori economie nella gestione.

ART. 4 LIMITI E MODALITA'

Le iniziative oggetto della sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti.

Il ricorso alla sponsorizzazione deve, data la sua specificità, essere anzitutto ben delineato nel PEG, come obiettivo enucleato in rapporto ad un complesso di attività (culturali, sportive, sociali, di sviluppo economico, ecc.) rientranti nei programmi dei vari Servizi dell'Amministrazione interessata.

ART. 5 LE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE ALL'ATTIVITA' DELL'ENTE LOCALE

L'Amministrazione può ricorrere a forme di sponsorizzazione in relazione ad attività culturali nelle sue varie forme, attività sportive, turistiche, o di valorizzazione del patrimonio comunale e dell'assetto urbano o ad altre attività di rilevante interesse pubblico. In relazione a particolari manifestazioni culturali l'Amministrazione può assumere anche la veste di sponsor.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott.ssa LUCIA DOMINI)



IL SINDACO
Dott. Antonio DE LUCA

Licia Domini

La sponsorizzazione può avere origine da iniziative dell'Amministrazione, cui deve essere assicurata idonea pubblicità, o dall'iniziativa di soggetti privati.

In ogni caso nei contratti da stipularsi devono essere definiti 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.

ART. 6 PROCEDIMENTO PER LA INDIVIDUAZIONE DELLO SPONSOR

L'individuazione degli sponsor è necessariamente correlata ad una sub-fase procedurale che si ispira all'evidenza pubblica e che comporta:

- delibera di Giunta Comunale per la fissazione dei criteri per la valutazione delle proposte sulla base dei quali il dirigente/responsabile si attiverà nelle fasi del procedimento;
- determinazione a contrarre;
- la formazione di un bando.

L'esame delle proposte di sponsorizzazione deve essere fatta dal Dirigente/Responsabile di Servizio eventualmente supportato, se richiesto, da una commissione tecnica da lui presieduta.

Per l'attivazione del procedimento finalizzato alla sponsorizzazione deve essere delineata la "strategia" operativa per la buona riuscita della ricerca, a seguito di specifico atto dell'Organo Esecutivo anche per la predeterminazione della compatibilità complessiva.

Una volta individuato lo sponsor a cura dell'Organo Esecutivo o del dirigente, attraverso una nuova determinazione si procede alla stipulazione del contratto ed all'avvio delle procedure per gestire l'entrata (il finanziamento dato in ordine alla partecipazione all'attività/iniziativa).

ART. 7 DISPOSIZIONI FINALI

Gli strumenti di attuazione delle sponsorizzazioni, degli accordi di collaborazione e delle convenzioni con soggetti pubblici e privati diretti a fornire consulenza non devono essere in contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott.ssa LUCIA DOMINI)

Lucia Domini



IL SINDACO
Dott. Antonio DE LUCA

[Handwritten signature]

I CONTENUTI DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Indicazione delle parti contraenti, esplicitando i ruoli di sponsor e sponsee.

Premessa (nella quale devono essere riportati i riferimenti normativi ed il rilievo dell'interesse pubblico delle attività che saranno oggetto della sponsorizzazione, nonché gli elementi sintetici di presupposto alla stipulazione, ossia i risultati della procedura di selezione dello sponsor).

Art. 1 - Oggetto

L'oggetto del contratto è configurato nella definizione della partecipazione finanziaria e tecnico-operativa dello sponsor alla realizzazione delle attività progettate/promosse dall'Ente Locale.

Art. 2 – Organizzazione delle attività/iniziative

Devono essere rappresentati in modo dettagliato gli elementi organizzativi dell'attività sponsorizzata e le clausole ad essi correlate (per evitare confliggenze tra attività sponsor ed attività istituzionale dell'Ente, ecc.).

Art. 3 - Forme della partecipazione dello sponsor

Devono essere precisati gli elementi economici caratterizzanti l'intervento dello sponsor (forma del finanziamento e dimensionamento dello stesso; vincoli all'utilizzo delle risorse dell'Ente Locale, ecc.).

Devono inoltre essere precisate le modalità relative ai versamenti.

Art. 4 – Elementi correlati alla partecipazione alle attività

Devono essere delineati i termini relativi all'utilizzo del logo dello sponsor nelle varie forme di pubblicizzazione delle iniziative e, analogamente, di quello dell'Ente Locale in attività/iniziative correlate sviluppate dallo sponsor stesso. In tale sede devono essere regolamentate le forme di manifestazione al pubblico della partecipazione all'iniziativa.

Art. 5 – Durata

Anche per i contratti di sponsorizzazione, come per tutti i contratti pubblici, deve essere precisata la durata. In tale clausola devono essere riportati in dettaglio anche eventuali elementi regolativi dell'eventuale rinnovo.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott.ssa LICIA DOMINI)

Licere Jacov



IL SINDACO
Dott. Antonio DE LUCA

Art. 6 – Responsabilità

A fronte della complessità delle clausole contrattuali e della “atipicità” del contratto, è opportuno che siano inserite clausole (estese) in ordine alla responsabilità dello sponsor e dello sponsee in relazione alle iniziative realizzate mediante la sponsorizzazione.

Art. 7 – Facoltà di recesso

Deve essere prevista la possibilità, per ciascuna delle parti, di recedere dal contratto, prima dell’inizio della realizzazione dell’iniziativa.

Art. 8 – Risoluzione del contratto

Devono essere previste clausole articolate inerenti la possibile risoluzione del contratto senza o con oneri per le parti (a seconda dei presupposti).

Art. 9 – Controversie

Deve essere definita la modalità di risoluzione delle controversie (indicazione della scelta dell’arbitrato o del ricorso al Foro competente).

Art. 10 – Spese inerenti la convenzione e registrazione

Le spese per la stipulazione del contratto sono a carico dello sponsor.

Art. 11 – Disposizioni generali e finali

Le disposizioni finali devono essere articolate a seconda dei casi e della garanzie che si vogliono definire in ordine al rapporto contrattuale.



IL SINDACO
Dott. Antonio DE LUCA

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott.ssa LICIA DOMINI)

Licia Domini