



COMUNITÀ DELLA VALLE DEI LAGHI

PROVINCIA DI TRENTO

REGOLAMENTI DELLA COMUNITÀ

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni, del mecenatismo e degli accordi di collaborazione.



Piazza Perli 3 Vezzano 38096 Valledelaghi (TN) C.F. 96085260220 / P.I. 02237030222
www.comunita.valledeilaghi.tn.it T. 0461340163 / F. 0461340857
E. segreteria@comunita.valledeilaghi.tn.it PEC comunita@pec.comunita.valledeilaghi.tn.it W.



CAPO I PARTE GENERALE

Art. 1 Finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione.
2. La Comunità della Valle dei Laghi individua nel contratto di sponsorizzazione e nell'accordo di collaborazione gli strumenti per favorire e promuovere, con flessibilità e celerità, l'innovazione nell'organizzazione, la realizzazione di economie di spesa e una migliore qualità nei servizi erogati alla collettività.

Art. 2 Definizioni

1. Ai fini del presente Regolamento s'intende:
 - a) per contratto di sponsorizzazione: un contratto atipico e bilaterale mediante il quale le parti si impegnano, nell'ambito delle proprie iniziative, a diffondere il nome, il logo, i marchi, i prodotti o altri messaggi della parte obbligata ad una determinata prestazione, quale corrispettivo;
 - b) per "accordo di collaborazione": uno strumento negoziale bilaterale o plurilaterale con il quale sono regolati le forme e le modalità di coinvolgimento delle parti nell'ideazione o realizzazione di iniziative concertate o di interesse comune;
 - c) per sponsorizzazione: ogni contributo consistente tanto in una somma di denaro, quanto nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi o altre utilità provenienti da terzi o messi a disposizione a favore di terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, i marchi, i prodotti del soggetto di volta in volta denominato sponsor;
 - d) per sponsor: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga ad una determinata prestazione contro la veicolazione del proprio nome o dei propri segni distintivi, nell'ambito dell'iniziativa attuata dallo sponsorizzato;
 - e) per sponsorizzato: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga ad associare alla propria attività il nome o segni distintivi dello sponsor.

Art. 3 Ambito d'applicazione

1. I contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono essere stipulati con soggetti pubblici e privati.
2. La Comunità può assumere, nell'ambito di un'iniziativa di sponsorizzazione, la posizione:
 - a) di sponsorizzato, allo scopo di realizzare un beneficio in termini di maggiori entrate per l'Ente o di minori costi connessi alle iniziative attivate;
 - b) di sponsor, qualora ritenga fondamentale la divulgazione della propria immagine in relazione all'organizzazione e alla gestione, da parte di un soggetto pubblico o privato, di un evento o di attività significative e rilevanti in termini d'interesse pubblico.



Art. 4 **Criteri**

1. L'attività di sponsorizzazione è vincolata al rispetto dei seguenti criteri:
 - a) perseguimento di interessi pubblici;
 - b) esclusione di ogni conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - c) garanzia della posizione di neutralità della Comunità

CAPO II SPONSORIZZAZIONI, ACCORDI DI COLLABORAZIONE, MECENATISMO

Art. 5 **La Comunità quale sponsorizzato**

1. Il ricorso alla sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, le attività, i beni, i servizi e le opere pubbliche incluse negli strumenti di programmazione dell'Ente.
2. La sponsorizzazione può realizzarsi, a titolo esemplificativo, ma non esaustivo, attraverso le seguenti iniziative:
 - a. utilizzo dei loghi e dei marchi della Comunità, escluso quindi lo stemma istituzionale, allo scopo di sfruttare il valore commerciale che gli stessi possono assumere;
 - b. eventi e servizi sportivi, ricreativi, culturali e sociali della Comunità;
 - c. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno della Comunità (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, impianti sportivi, androni, ecc.);
 - d. utilizzo a fini pubblicitari di spazi su documentazione della Comunità quali, esemplificando, buoni mensa, cedolini stipendi, bollette, carta intestata, buste, segnalibri;
 - e. utilizzo a fini pubblicitari di spazi sui veicoli di informazione a disposizione della Comunità, cartacei e digitali, compresi i social media;
 - f. servizi di manutenzione aree verdi o servizi diversi;
 - g. fornitura di beni;
 - h. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione e collaudo di opere pubbliche.

Art. 6 **Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono, di norma, individuate nell'ambito degli obiettivi assegnati ai Responsabili dei servizi dal piano esecutivo di gestione.
2. Il Presidente può, in corso d'anno, formulare indirizzi per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione o di accordi di collaborazione, nel Piano Esecutivo di gestione o con atti ad hoc..

Art. 7 **Iniziativa diretta o per azione di terzi**

1. La gestione delle sponsorizzazioni nelle quali la Comunità assume la qualifica di ente sponsorizzato è effettuata direttamente dall'Amministrazione secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. La sponsorizzazione può avere origine:
 - a. ad iniziativa della Comunità;
 - b. ad iniziativa di soggetti pubblici e privati.



Art. 8
**Modalità di scelta del contraente nella sponsorizzazione
ad iniziativa diretta della Comunità**

1. Il contraente, nella sponsorizzazione ad iniziativa diretta della Comunità, è scelto ricorrendo alle procedure ad evidenza pubblica secondo le norme provinciali in materia contrattuale applicabili agli enti locali.
2. La trattativa privata, in relazione al comma 2 dell'articolo 1, è la modalità preferibilmente utilizzata nel rispetto delle disposizioni recate dal presente Regolamento.
3. La procedura a trattativa privata è avviata mediante la pubblicazione di un avviso.

Art. 9
Procedura di sponsorizzazione ad iniziativa diretta della Comunità

1. Nella sponsorizzazione ad iniziativa diretta della Comunità, il Segretario generale forma il progetto di sponsorizzazione ed il contenuto dell'avviso ed il Presidente li approva.
2. L'avviso è pubblicato sull'albo web della Comunità e nella sezione Bandi e contratti della sezione "Amministrazione trasparente" del sito web della Comunità ed inviato alle associazioni di categoria se conosciuti, a soggetti potenzialmente interessati.
3. Il Segretario generale individua, di volta in volta, ulteriori forme ritenute convenienti per assicurare la massima diffusione all'avviso.
4. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti elementi:
 - a. l'oggetto del contratto e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - b. le potenzialità di marketing dell'iniziativa sponsorizzata;
 - c. le obbligazioni garantite allo sponsor in termini di pubblicità dell'iniziativa;
 - d. il limite dello sfruttamento dell'immagine dello sponsor a fini pubblicitari; la previsione di eventuali benefits e di eventuali diritti di esclusiva;
 - e. la durata del contratto;
 - f. le clausole di reciproca garanzia;
 - g. le modalità ed i termini di presentazione delle offerte di sponsorizzazione;
 - h. le modalità ed i criteri di valutazione delle offerte di sponsorizzazione;
 - i. le modalità di stipula del contratto.

Art.10
Contenuti dell'offerta

1. L'offerta, corredata d'autocertificazione attestante il possesso dei requisiti a contrarre con la pubblica amministrazione, è presentata in forma scritta secondo le modalità dettagliate nell'avviso di sponsorizzazione.
2. Nell'offerta sono indicate, di regola:
 - a) le iniziative, le attività, i beni, i servizi o le opere pubbliche che si intendono sponsorizzare;
 - b) il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione determinato secondo le modalità indicate nell'avviso;



- c) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione;
- d) il contenuto del messaggio pubblicitario oggetto del contratto o l'impegno, da parte dello sponsor, ad informare preventivamente la Comunità sul contenuto del messaggio pubblicitario;
- e) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

Art. 11

Procedura di sponsorizzazione su azione di terzi

1. L'attività di sponsorizzazione può essere promossa attraverso l'azione di soggetti terzi all'Amministrazione, i quali offrono spontaneamente beni, servizi, o quanto altro ritenuto necessario a rendere un servizio al cittadino.
2. In tali eventualità, la Comunità garantisce adeguata pubblicità, a fini comparativi, alle offerte pervenute.
3. Se l'iniziativa proposta dal soggetto terzo riguarda un'attività il cui valore contrattuale non supera il limite stabilito dalla normativa provinciale in materia contrattuale è ammesso il ricorso alla trattativa privata diretta.

Art. 12

Contratto di mecenatismo

1. L'offerta di sponsorizzazione proposta da soggetti pubblici o privati, quando concorrono le seguenti condizioni:
 - a) è effettuata tramite la piattaforma "Art Bonus", ai sensi dell'art.1 del D.L. 31.5.2014, n. 83, "**Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo**", convertito con modificazioni in Legge n. 106 del 29/07/2014 e s.m.i
 - b) il ritorno pubblicitario è tenue;
 - c) prevale il profilo del negozio gratuito;
 - d) sono rispettati i criteri relativi al contenuto delle offerte indicati nell'art. 14 del presente regolamento;
 - e) è valutata mediante trattativa privata diretta, prescindendo dal valore della prestazione resa.
2. L'offerta può essere anche libera e totalmente gratuita con l'unico riscontro della menzione sulla piattaforma "Art Bonus" e nelle comunicazioni in materia da parte della Comunità, o addirittura totalmente anonima e segreta, sempre con le procedure e garanzie della piattaforma "Art Bonus"

Art. 13

Esame delle offerte

1. Le offerte pervenute sono esaminate secondo le modalità e i criteri fissati nell'avviso di sponsorizzazione e nel presente regolamento.
2. Il Presidente è informato circa l'esito dell'esame.



Art. 14
Esclusione di offerte

1. Il Segretario generale esclude dalla procedura di assegnazione le offerte di sponsorizzazione che abbiano ad oggetto un messaggio pubblicitario non conforme ai criteri generali di cui all'articolo 5 del presente Regolamento.
2. Le offerte di sponsorizzazione inerenti a messaggi pubblicitari aventi contenuto politico, sindacale, religioso o contenenti informazioni contrarie all'ordine pubblico, al buon costume, ingannevoli o pregiudizievoli per la salute, la sicurezza, l'ambiente e la tutela dei minori, sono sempre escluse dalla procedura.

Art. 15
La Comunità quale sponsor

1. La Comunità può assumere la veste di sponsor veicolando il proprio nome presso il pubblico attraverso il sostegno, finanziario o di altra natura, di particolari manifestazioni od iniziative di carattere socio-culturale o sportivo, ideate ed organizzate da soggetti privati ritenuti di volta in volta rilevanti ai fini del raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sociale, civile e culturale dei cittadini.
2. In tale prospettiva, per quanto non previsto dal presente Regolamento, si fa riferimento alle disposizioni contenute nei Regolamenti inerenti ai contributi a privati enti ed associazioni.

Art. 16
**Procedura di sponsorizzazione tramite affidamento
dell'incarico di ricerca sponsor**

1. La Comunità, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, incarica, per il reperimento delle sponsorizzazioni per tutte le attività di cui all'art. 4 o per singole iniziative, agenzie specializzate nel campo pubblicitario.
2. In tale eventualità l'affidatario è scelto ricorrendo alle procedure ad evidenza pubblica previste dalla disciplina provinciale in materia contrattuale applicabile agli enti locali.

Art. 17
Accordi di collaborazione

1. La Comunità attua direttamente o promuove iniziative di terzi in campo sociale, sportivo, culturale e del tempo libero con la collaborazione di soggetti pubblici e privati.
2. I soggetti pubblici e privati collaborano tramite la fornitura di beni e servizi.
3. La Comunità collabora all'iniziativa mediante la messa a disposizione di spazi e l'eventuale fornitura di beni e servizi.
4. I termini e le modalità della collaborazione sono definite mediante accordi di collaborazione di cui all'articolo 2, comma 1, lettera b)
5. Il contenuto degli accordi di collaborazione rispetta i criteri relativi al contenuto delle offerte indicati all'art. 14 del presente regolamento.
6. Gli accordi di collaborazioni sono stipulati con soggetti funzionali, per attività e finalità, all'iniziativa da attuare.
7. L'onere relativo alla messa a disposizione di beni o servizi da parte di ciascun soggetto partecipante all'accordo e finalizzato all'ideazione e realizzazione in comune dell'iniziativa, rimane a carico dei



rispettivi bilanci, come stabilito nell'accordo stesso.

CAPO III DISPOSIZIONI FINALI

Art. 18

Aspetti contabili e fiscali

1. Le risorse derivanti da contratto di sponsorizzazione consistenti in somme di denaro sono contabilizzate in bilancio tra le entrate di parte corrente o di parte straordinaria a seconda della tipologia di spesa che sono destinate a finanziare.
2. Le risorse consistenti in forniture di beni o in prestazioni di servizi sono contabilizzate a bilancio in entrata e in uscita per pari importo, al fine di consentire regolarizzo contabile e il rispetto della normativa fiscale. In tal caso, è prevista la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor alla Comunità del valore del servizio o del bene, soggetta ad Imposta sul valore aggiunto, e la fatturazione della Comunità allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad imposta sul valore aggiunto, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.
3. Nel caso in cui il corrispettivo da sponsorizzazione consista nella fornitura da parte dello sponsor di beni ammortizzabili, questi sono contabilizzati nel conto del patrimonio e sono oggetto d'ammortamento economico.
4. L'eventuale esposizione di materiale pubblicitario è comunque in ogni caso soggetto all'imposta di pubblicità con le modalità e le misure vigenti a carico dello sponsor.

Art. 19

Esecuzione e controllo

1. L'esecuzione degli interventi di sponsorizzazione è costantemente verificata dal Settore competente per l'intervento o la struttura oggetto di sponsorizzazione.
2. Le attività di sponsorizzazione consistenti nella realizzazione di opere e lavori pubblici sono affidate esclusivamente a soggetti esecutori qualificati ai sensi della normativa in materia di contratti pubblici.
3. Il Servizio gestione del territorio, competente in materia, interviene nella realizzazione di opere e lavori pubblici emanando direttive, sorvegliando e vigilando, anche in ragione delle loro diverse tipologie, sulla loro corretta esecuzione.

