

## **CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE DELLA COMUNICAZIONE TURISTICA**

*Avv. Maurizio LUCCA, Segretario Generale Enti Locali e Development Manager*

La “*sponsorizzazione*”, nella più comune accezione linguistica del termine, intende un finanziamento ad un’attività sportiva, uno spettacolo, una manifestazione artistica o culturale o turistica a scopi pubblicitari, ritenendola una particolare tecnica di comunicazione aziendale facente parte del cosiddetto “*marketing - mix*”, cioè dell’insieme degli strumenti utilizzati dall’impresa per conseguire i propri obiettivi commerciali di inserimento, *rectius* diffusione, nel mercato.

Lo scopo di fondo delle sponsorizzazioni è quello di aumentare il prestigio dell’azienda nella comunità in cui opera e di ottenere notorietà presso un particolare tipo di *audience*, permettendo di qualificare maggiormente l’azienda o un suo prodotto, promuovendone l’immagine in modo positivo o sociale, andando oltre la semplice pubblicità: la funzione della pubblicità ha come fine la promozione della vendita, viceversa – nella sponsorizzazione – la promozione dell’immagine, non necessariamente la vendita.

**La sponsorizzazione nella Pubblica Amministrazione**, nella sua dimensione pratica e specifica, associa l’immagine (marchio, prodotto) dello *sponsor* ad un’iniziativa promossa dall’Amministrazione (*sponsee*), consentendo di raggiungere un ampio pubblico (diversamente non raggiungibile), valorizzando il proprio *brand*, collegandolo a tematiche di interesse generale, differenziandosi dalla pubblicità o dal messaggio pubblicitario tradizionale in quanto non si esaurisce nell’esaltazione del prodotto.

Lo *sponsor* si impegna, quindi, a finanziare o a equipaggiare un soggetto o un evento e quest’ultimo le riconosce in cambio il diritto di utilizzare la propria immagine per scopi pubblicitari, e nel contempo si obbliga a divulgare in nome o il marchio dello *sponsor* nella sua attività: si evidenzia il rapporto sinallagmatico – corrispettivo tra prestazione di una parte, nell’offrire un’utilità, e una controprestazione dall’altra, nell’accettare la divulgazione di un’immagine associata a quella dello *sponsor*.

L’Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici, già con la Determinazione n. 24 del 5 dicembre 2001, ha definito la sponsorizzazione come un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale un’Amministrazione (*sponsee*) offre a un terzo (*sponsor*), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare in appositi determinati spazi nome, logo, marchio o prodotti; la scelta dello *sponsor* deve avvenire con procedure aperte.

L’art. 19, *Contratti di sponsorizzazione*, del d.lgs. n. 50/2016 ammette l’affidamento di contratti di sponsorizzazione «*di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti*», rilevando l’utilità di conseguire una serie di scopi negoziali con strumenti flessibili di realizzazione dell’interesse pubblico e l’acquisizione di risorse aggiuntive, assicurando la scelta del contraente esclusivamente mediante una fase di pubblicità.

La norma si posiziona in un arco di offerta con una duplice valenza, sia in termini di ricerca che di acquisizione spontanea dello *sponsor*, atteso che trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso o della comunicazione, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'articolo 80 del Codice dei contratti pubblici (con riferimento alla mancanza di requisiti soggettivi che portano all'esclusione).

Va aggiunto, per completezza espositiva, che nel secondo comma, dell'art. 43, *Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell'utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività*, della legge 27 dicembre 1997, n. 449, *Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica*, si prevede espressamente, dopo aver ribadito che le iniziative di 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*», la possibilità di «*inserire il nome, la ditta, il logo o il marchio dello sponsor all'interno dei documenti recanti comunicazioni istituzionali. La tipologia e le caratteristiche di tali documenti sono definite, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente disposizione, con decreto del Ministro dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, di concerto con il Ministro dell'interno, sentita la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, e successive modificazioni*», con evidenti risvolti in termini di opportunità di condizioni negoziali da inserire nei contratti di sponsorizzazione, valorizzandone il contenuto.

I requisiti sono, pertanto, elementi di necessaria verifica, avendo l'Amministrazione l'onere di indicare nel contratto le opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi, confermando la possibilità di realizzare interventi a spese dirette dello *sponsor*, anche mediante la messa a disposizione di strutture o impianti pubblicitari: il privato assegna uno spazio all'interno del pannello pubblicitario, sia in termini di immagini che di messaggio istituzionale per l'Amministrazione con lo scopo di promuovere il proprio territorio e l'offerta turistica.

Per questo ultimo aspetto, si può realizzare da una parte, l'installazione di un impianto pubblicitario a cura e spese del privato *sponsor*, dall'altra parte, la possibilità di riservare all'Amministrazione, per fasce orarie e durate prestabilite, una comunicazione istituzionale, secondo le regole della legge 7 giugno 2000, n. 150, *Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*.

#### INSTALLAZIONE PANNELLO LUMINOSO PUBBLICITARIO CON SPONSORIZZAZIONE DI COMUNICAZIONE DI PROMOZIONE TURISTICA

L'anno duemila ... (20 ...), il giorno ... (...) del mese di ..., presso la Sede dell'Amministrazione di ... si sono personalmente presentati e costituiti i signori:

DA UNA PARTE:

..., nato/a a ... (...) il ... (...), C.F. ..., domiciliato/a per il presente atto presso la Sede dell'Amministrazione di ..., il/la quale agisce in questo atto non in proprio ma in nome

e per conto dell'Amministrazione di ..., C.F. - P.IVA ..., in qualità di ..., autorizzato/a ai sensi ..., giusto atto/decreto di nomina n. ... del ..., efficace.

DA UNA PARTE:

..., nato a ... (...) il ... (...), C.F. ..., e residente a ... in via ... n. ..., il quale dichiara di intervenire, come effettivamente interviene, nel presente atto in nome e per conto dell'operatore economico ... (*indicare soggetto*), con sede legale in ... (...), via ... n. ..., C.F. - P.IVA ..., rappresentante legale della ..., provvisto di ogni potere in forza di quanto stabilito dagli articoli dello Statuto societario (*ovvero, altro atto equivalente*), agli atti dell'Amministrazione prot. n. ... del ... (*oppure, allegato*).

I componenti premettono che:

a. l'operatore economico ... provvederà a installare un impianto pubblicitario ... (*pannello luminoso delle dimensioni*), di cui all'autorizzazione n. ... del ..., impegnandosi a garantire uno spazio di ... (*indicare misure o allegare descrizione*) per le comunicazioni turistiche dell'Amministrazione per la durata ... (*ad es. vita del pannello stesso*), presuntivamente di anni ... con decorrenza dal ..., a seguito di apposito avviso pubblico prot. n. ... del ... (*con il quale è stata dato avviso del ricevimento di apposita sponsorizzazione; ovvero, sono state stabilite le condizioni per la sponsorizzazione del valore equivalente di euro ..., giusta perizia tecnica-contabile: indicare modalità di determinazione del valore*);

b. lo schema della presente convenzione - contratto è stato approvato con atto n. ... del ..., efficace a termine di legge, dalla quale emerge l'interesse pubblico ad acquisire uno spazio di informazione istituzionale rivolta alla promozione turistica del territorio.

TUTTO CIÒ PREMESSO ESSENDO ORA INTENZIONE DELLE PARTI ADDIVENIRE ALLA STIPULAZIONE DI UNA CONVENZIONE CONTRATTO IN FORMA VALIDA E REGOLARE LE STESSE, COME SOPRA COSTITUITE CONVENGONO E STIPULANO:

Art. 1 - Oggetto

L'oggetto della presente convenzione - contratto è l'intervento di comunicazione istituzionale rivolta alla promozione del turismo mediante un pannello luminoso di proprietà dell'operatore economico ..., ubicato ..., secondo l'allegata planimetria, area di proprietà di ... (*indicare soggetto*).

L'oggetto della convenzione riguarda la diffusione di informazioni dell'Amministrazione su apposito *totem* di idonee dimensioni, meglio descritto nel titolo autorizzatorio, dotato di *display* LCD verticale, sul quale apparirà messaggio di promozione dell'attività turistica dell'Amministrazione per mezzo dei propri uffici o inseriti direttamente, secondo le modalità stabilite con nota prot. n. ..., depositata presso ..., che le Parti dichiarano di conoscere espressamente (*oppure, indicare modalità del messaggio*).

In ogni caso, l'operatore economico ... metterà a disposizione dell'Amministrazione un collegamento *on line* da remoto per l'inserimento dei messaggi istituzionali sulla parte ... di dimensioni ... (*precisare le modalità di inserimento*).

La pubblicità trasmessa dall'operatore economico dovrà essere predisposta in quella forma di decoro estetico e morale compatibile con le esigenze ed il carattere dell'area

in cui viene inserito e non potrà essere contrario alle finalità istituzionali dell'Amministrazione Pubblica.

Il convenzionamento mira a promuovere il miglioramento del servizio di informazione e relazioni con il pubblico, senza oneri per l'Amministrazione, mediante una sponsorizzazione da parte dell'operatore economico che mette a disposizione all'interno dell'impianto pubblicitario uno spazio di comunicazione turistica/istituzionale secondo le modalità prescritte nella presente convenzione - contratto.

#### Art. 2 - Organizzazione della comunicazione

L'organizzazione della comunicazione avviene mediante la messa a disposizione di uno spazio all'interno del pannello pubblicitario per un servizio di informazione a cura dell'Amministrazione mediante i propri uffici.

#### Art. 3 - Impegni dell'Amministrazione

L'Amministrazione si impegna, ad inserire messaggi di promozione turistica e del territorio sulla propria attività, e più in generale della Pubblica Amministrazione, senza scopo di lucro ed esclusivamente per finalità pubbliche e di pubblica utilità.

#### Art. 4 - Impegni dell'operatore economico

Sono a carico dell'operatore economico:

- l'osservanza di quanto prescritto dal vigente *Regolamento per la disciplina degli impianti di pubblicità o propaganda e degli altri mezzi pubblicitari sulle strade e sulle aree pubbliche o di uso pubblico* del ... (indicare soggetto);
- il sostenimento della spesa relativa all'installazione e realizzazione della manutenzione degli spazi pubblicitari, garanzia, assicurazione degli stessi anche contro terzi, imposte pubblicitarie, canone di occupazione di suolo pubblico e quant'altro necessario al funzionamento e gestione dei medesimi;
- la trasmissione ed aggiornamento delle informazioni istituzionali fornite dall'Amministrazione entro ... giorni dalla trasmissione effettuata su supporto informatico o altro sistema di comunicazione, anche da remoto;
- l'informazione istituzionale deve essere trasmessa con le seguenti modalità ... (dalle ore ... alle ore ... (orario variabile in funzione ...) - numero ... spot da ... secondi su un palinsesto di circa ..., pari a circa ... spot/ora di comunicazione istituzionale).

La trasmissione pubblicitaria è interamente a carico dell'operatore economico a cui spettano gli eventuali proventi dalla data di installazione degli impianti, secondo la disciplina regolamentare.

L'impianto pubblicitario deve essere mantenuto in buone condizioni di leggibilità e di decoro, compreso l'obbligo per l'operatore economico di provvedere alla pulizia periodica del *totem* esposto e loro pertinenza.

L'operatore economico si impegna a non trasmettere ordini pubblicitari relativi a materiale che potrebbe essere ritenuto denigratorio o immorale (*a titolo esemplificativo ma non esaustivo: materiale esoterico, hot - line, cartomanti ecc.*), pena la perdita del diritto alla trasmissione pubblicitaria e la conseguente immediata rimozione della pubblicità interessata a carico dell'operatore economico, ed il

risarcimento dei maggiori danni, compresi quello all'immagine dell'Amministrazione ove presenti e dimostrati, salvo la revoca dell'autorizzazione e la risoluzione di diritto della presente convenzione - contratto.

L'operatore economico assolverà al pagamento dell'imposta sulla pubblicità nella misura e con le modalità previste dalla normativa vigente e dei relativi regolamenti nazionali/comunali.

È fatto obbligo all'operatore economico di rispettare le leggi dello Stato ed i Regolamenti comunali, sia a carattere generale sia specifici in ordine alla pubblicità, nulla potendo la stessa pretendere dall'Amministrazione, qualora tali norme dettino restrizioni rispetto a quanto pattuito contrattualmente, e della disciplina del d.lgs. n. 196/2003 e del Regolamento UE 679/2016.

Ai fini di un'immediata esecuzione di tutti gli interventi urgenti atti a ripristinare il corretto uso dell'impianto eventualmente danneggiato, dovrà essere garantito dall'operatore economico un pronto intervento nelle successive ... ore dalla chiamata da parte dell'Amministrazione.

Ogni spesa risulta a carico dell'operatore economico, pertanto nessun onere o costo può essere a carico dell'Amministrazione.

Considerato che le prestazioni sono rilevanti ai fini IVA si stabilisce che il valore delle inserzioni istituzionali prestate dall'operatore economico a mezzo del *totem* pubblicitario è quantificato in euro ... annui, IVA compresa, pari al valore commerciale della sponsorizzazione di cui beneficia l'Amministrazione.

Le Parti procederanno a fatturare le rispettive prestazioni, dell'importo di cui sopra, in un'unica soluzione e in pari data il ... di ciascun anno, nel pieno rispetto della disciplina della tracciabilità dei pagamenti.

#### Art. 5 – Durata della convenzione - contratto

La presente convenzione ha la durata di ..., con decorrenza dall'avvio dell'impianto e si conclude con conclusione di funzionalità dell'impianto, presuntivamente ... (*indicare termine finale*).

Alla scadenza del termine l'Amministrazione si riserva ogni determinazione per la prosecuzione dell'attività informativa, senza che l'operatore economico possa invocare alcuna pretesa o contestazione.

#### Art. 6 – Garanzie

L'operatore economico avrà libero accesso all'impianto oggetto di installazione per effettuare la normale attività di registrazione della pubblicità e degli avvisi istituzionali, per la manutenzione e i controlli che saranno ritenuti necessari.

L'operatore economico si impegna alla manutenzione e gestione globale dell'impianto, che prevede anche la riparazione e messa a punto successivo ad eventuali danni comunque causati, compreso l'obbligo di sostituzione integrale dell'impianto eventualmente irrimediabilmente danneggiato, nel minor tempo tecnico possibile.

L'Amministrazione è sollevata da ogni responsabilità per danni di qualsiasi specie che, comunque, derivassero a persone o cose in dipendenza dell'impianto e/o dei servizi

sino allo scadere della convenzione - contratto, compreso l'eventuale contenuto denigratorio diffuso nei messaggi pubblicitari a cura dell'operatore economico.

Gli impianti di cui trattasi dovranno essere adeguatamente assicurati a cura e spese dell'operatore economico in quanto l'Amministrazione si ritiene estranea a qualsiasi furto, atto vandalico, accidentale e danni in genere subiti dagli impianti stessi, compreso il malfunzionamento.

Per la copertura dei rischi di cui sopra dovrà essere stipulata idonea polizza assicurativa R.C.T. di responsabilità civile da depositare all'Amministrazione prima dell'entrata in funzione degli impianti, dando atto che la validità della polizza assicurativa non deve essere inferiore alla durata della convenzione - contratto.

#### Art. 7 – Recesso

Le Parti si danno reciproco assenso che solo l'Amministrazione ha facoltà di recesso al verificarsi del venir meno dell'interesse pubblico.

L'Amministrazione si riserva, pertanto, la facoltà di recedere dalla convenzione contratto in qualunque tempo, anche in deroga agli artt. 1455 e 1564 del Codice Civile, senza alcun genere di indennità e compenso all'operatore economico, nel caso di reiterate inadempienze agli obblighi della convenzione quali ... *(descrivere, sospensione delle comunicazioni per la durata di ...; inserimento di messaggi pubblicitari denigratori della P.A. o a contenuto ...; è prevista la revoca dell'autorizzazione e la risoluzione della presente convenzione contratto nei casi di diffusione di messaggi e/o immagini pubblicitarie dal contenuto inadeguato ai fini istituzionali dell'Amministrazione, nonché la reiterata violazione della disciplina in materia di ..., di tributi, imposte e canoni)*.

Prima di procedere alla revoca e risoluzione si provvede con apposita contestazione scritta da comunicare all'operatore economico di volersi avvalere della presente clausola risolutiva espressa.

L'operatore economico potrà contro dedurre entro il termine di ... giorni dalla contestazione.

#### Art. 8 – Controversie

Le parti eleggono domicilio legale presso ... *(la residenza dell'Amministrazione)*.

Per tutte le controversie che dovessero insorgere per l'esecuzione della presente convenzione -contratto è competente in via esclusiva il Foro di ...

#### Art. 9 – Spese

Tutte le spese relative alla presente convenzione - contratto sono a carico dell'operatore economico.

La presente convenzione – contratto è soggetto a registrazione in misura fissa, ai sensi degli artt. 5 e 40 del D.P.R. 26 aprile 1986, n. 131, in quanto trattasi di operazioni soggette ad IVA.

#### Art. 10 – Tutela dei dati personali e prevenzione della corruzione

Le Parti dichiarano espressamente di essersi scambiate le informative/designazioni sul trattamento dei dati personali, manifestato il proprio consenso informato, ai sensi del Regolamento UE 679/2016 *(allegare designazione trattamento dei dati)*.

Ai sensi dell'articolo 53, comma 16 *ter*, del d.lgs. n. 165/2001, l'operatore economico, sottoscrivendo la presente convenzione contratto, attesta di non aver concluso, con decorrenza dall'entrata in vigore dell'aggiunto comma 16 *ter* in parola, contratti di lavoro subordinato o autonomo e comunque di non aver conferito incarichi ad *ex* dipendenti dell'Amministrazione, che hanno esercitato poteri autoritativi o negoziali per conto delle Pubbliche Amministrazioni nei loro confronti per il triennio successivo alla cessazione del rapporto.

L'operatore economico si impegna, nell'esecuzione del contratto, a rispettare e a far rispettare dai propri dipendenti o collaboratori, quando operano presso le strutture dell'Amministrazione o al servizio dello stesso, gli obblighi previsti nel Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza (PTPCT) e del Codice di comportamento dei dipendenti dell'Amministrazione, consapevole che la violazione del PTPCT e/o, del Patto d'integrità e/o degli obblighi di comportamento comporterà per l'Amministrazione la facoltà di risolvere il contratto, qualora, in ragione della gravità o della reiterazione, la stessa sia ritenuta grave, previo espletamento di una procedura che garantisca il contraddittorio.

#### Art. 11 – Disposizioni generali e finali

Le Parti si danno reciprocamente atto che non sussistono le incapacità previste dall'articolo 32 *quater* del Codice penale e di poter contrarre con la Pubblica Amministrazione.

Per quanto non disciplinato nella presente convenzione – contratto, si rinvia alle disposizioni di Legge in materia, con particolare riferimento ...

Letto, confermato e sottoscritto con firma digitale.