



Regione Lombardia

LA GIUNTA

DELIBERAZIONE N° XI / 7492

Seduta del 15/12/2022

Presidente

ATTILIO FONTANA

Assessori regionali

FABRIZIO SALA *Vicepresidente*
GUIDO BERTOLASO
STEFANO BOLOGNINI
DAVIDE CARLO CAPARINI
RAFFAELE CATTANEO
MELANIA DE NICHILLO RIZZOLI
PIETRO FORONI
STEFANO BRUNO GALLI

GUIDO GUIDESI
ROMANO MARIA LA RUSSA
ELENA LUCCHINI
LARA MAGONI
ALAN CHRISTIAN RIZZI
FABIO ROLFI
MASSIMO SERTORI
CLAUDIA MARIA TERZI

Con l'assistenza del Segretario Enrico Gasparini

Su proposta del Presidente Attilio Fontana di concerto con l'Assessore Stefano Bolognini

Oggetto

DETERMINAZIONI IN ORDINE ALLA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE - (DI CONCERTO CON L'ASSESSORE BOLOGNINI)

Il Segretario Generale

Antonello Turturiello

Si esprime parere di regolarità amministrativa ai sensi dell'art.4, comma 1, l.r. n.17/2014:

Il Dirigente

Monica Muci

Il Direttore Generale

Francesco Foti

Il Direttore Centrale

Manuela Giaretta

L'atto si compone di 12 pagine
di cui 8 pagine di allegati
parte integrante



Regione Lombardia

LA GIUNTA

VISTI:

- l'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449 "Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica", che prevede per le pubbliche amministrazioni la possibilità di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed associazioni al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati;
- gli articoli 19 e 151 del Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 "Codice dei contratti pubblici", in cui si individuano gli obblighi di pubblicità e trasparenza relativi ai contratti di sponsorizzazione;
- l'art. 120 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 "Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137" che tratta della sponsorizzazione di beni culturali, stabilendo che è tale ogni contributo, anche in beni o servizi, erogato per la progettazione o l'attuazione di iniziative in ordine alla tutela ovvero alla valorizzazione del patrimonio culturale, con lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività o il prodotto dell'attività del soggetto erogante e che possono essere oggetto di sponsorizzazione iniziative del Ministero, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali nonché di altri soggetti pubblici o di persone giuridiche private senza fine di lucro, ovvero iniziative di soggetti privati su beni culturali di loro proprietà;

RICHIAMATE:

- la legge 7 giugno 2000, n. 150 che stabilisce che le attività di informazione e di comunicazione sono finalizzate, tra l'altro, a promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- la legge regionale 13 febbraio 1990, n. 9 "Disciplina delle pubblicazioni e delle iniziative di comunicazione ed informazione della Regione Lombardia", che stabilisce che la Regione programma e coordina le iniziative di informazione e comunicazione istituzionale, approvandone il relativo piano annuale;
- la legge regionale 7 ottobre 2016, n. 25 "Politiche regionali in materia culturale - Riordino normativo" che all'articolo 42, comma 5 incentiva la stipula di contratti di sponsorizzazione per la valorizzazione di beni, il sostegno di eventi e manifestazioni culturali;
- la delibera del Consiglio regionale del 10 luglio 2018, n. 64 che ha approvato il Programma Regionale di Sviluppo della XI legislatura, con particolare riferimento al Risultato Atteso (RA) 18. Istit. 01.11 " Favorire l'accesso a servizi e opportunità, promuovere la conoscenza delle politiche regionali, valorizzare il posizionamento dell'ente e del territorio";



Regione Lombardia
LA GIUNTA

- la delibera di Giunta regionale del 4 aprile 2022 n. 6231 di approvazione del piano annuale delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale “Piano di Comunicazione e Promozione 2022”;

DATO ATTO che, dal punto di vista civilistico, il contratto di sponsorizzazione è un contratto atipico, consensuale, a titolo oneroso, per mezzo del quale un soggetto, denominato “sponsor”, si impegna a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a favore di altro soggetto, denominato “sponsee”, a fronte dell’impegno a pubblicizzarne il marchio, differenziandosi in questo dalle erogazioni liberali;

CONSIDERATO che le pubbliche amministrazioni possono stipulare contratti di sponsorizzazione laddove concorrano al perseguimento del pubblico interesse, siano prive di motivi di conflitto di interesse fra l’attività pubblica e privata e comportino risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti;

VALUTATO necessario disciplinare le condizioni e gli strumenti necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione e del loro iter procedurale, da applicare, almeno in una prima fase, limitatamente alle attività di sponsorizzazione legate ad iniziative di comunicazione, compresi eventi di qualsiasi tipo, promosse, organizzate o gestite dall’amministrazione regionale;

RITENUTO per quanto espresso in premessa di procedere all’approvazione delle determinazioni in ordine alla disciplina dei contratti di sponsorizzazione della Giunta Regionale di cui all’Allegato 1, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento, rinviando alla contrattazione integrativa la disciplina dell’eventuale trattamento accessorio connesso;

DATO ATTO che il presente atto non rientra negli obblighi di pubblicazione di cui agli artt. 26 e 27 del DLgs 33/2013;

VISTA la l.r. 34/78 e successive modifiche ed integrazioni, nonché il regolamento di contabilità regionale;

VISTA la legge regionale del 7 luglio 2008, n. 20 “Testo unico delle leggi regionali in materia di organizzazione e personale”, nonché i provvedimenti organizzativi della XI Legislatura che definiscono l’attuale assetto organizzativo della Giunta regionale ed il conseguente conferimento degli incarichi dirigenziali;



Regione Lombardia
LA GIUNTA

All'unanimità dei voti espressi nelle forme di legge;

DELIBERA

1. di approvare le determinazioni in ordine alla disciplina dei contratti di sponsorizzazione della Giunta Regionale di cui all'Allegato, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
2. di rimettere a successive determinazioni per l'eventuale estensione della disciplina dei contratti di sponsorizzazione ad altre attività organizzate o gestite dall'amministrazione regionale;
3. di disporre la pubblicazione del presente atto sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia e sul sito istituzionale.

IL SEGRETARIO
ENRICO GASPARINI

Atto firmato digitalmente ai sensi delle vigenti disposizioni di legge

**Determinazioni in ordine alla
disciplina dei contratti di sponsorizzazione
della Giunta Regionale**

Articolo 1

Oggetto

1. Il presente provvedimento disciplina le sponsorizzazioni di terzi a favore della Giunta regionale, per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, secondo quanto previsto dall'art. 43 L. n. 449/1997, dagli artt. 19 e 151 del D.Lgs. n. 50/2016 e dall'art. 120 del D.Lgs. n. 42/2004.
2. Le iniziative di sponsorizzazione, assunte in conformità e nell'ambito dei fini istituzionali della Giunta regionale, sono tese a favorire il miglioramento organizzativo, nell'ottica di un potenziamento dei servizi nonché nell'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse.
3. Le sponsorizzazioni possono interessare iniziative di comunicazione relative ad attività della Giunta regionale, compresi eventi di qualsiasi tipo, dalla stessa organizzate, nel rispetto di quanto definito all'articolo 1, comma 2 del presente provvedimento.

Articolo 2

Ambito di applicazione

1. La Giunta regionale realizza le iniziative di sponsorizzazione tramite stipula di contratti con soggetti privati, in particolare con imprese, enti, associazioni, fondazioni e persone fisiche, al fine di sostenere iniziative di comunicazione, compresi eventi di qualsiasi tipo, per le quali è previsto o prevedibile il finanziamento a carico del bilancio regionale.
2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dello *Sponsor* e/o dello *Sponsee*, senza oneri per l'Ente, ovvero con oneri ridotti.

Articolo 3

Definizioni

1. Ai fini del presente provvedimento si intende:
 - a) per "*Sponsor*" il soggetto privato che intende stipulare un contratto di

- sponsorizzazione;
- b) per “*Sponsee*” il soggetto sponsorizzato, cioè la Giunta regionale;
 - c) per “Contratto di sponsorizzazione”: un contratto mediante il quale lo *Sponsor* si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a favore dello *Sponsee*, il quale gli garantisce, nell’ambito di propri eventi, iniziative o progetti, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il marchio, l’immagine, l’attività, prodotti o servizi o simili, ovvero di distribuire prodotti o servizi a titolo promozionale, nei modi previsti dal contratto;
 - d) per “sponsorizzazione di puro finanziamento”: la sponsorizzazione in cui lo *Sponsor* si impegna esclusivamente al riconoscimento di un contributo;
 - e) per “sponsorizzazione tecnica”: la sponsorizzazione in cui lo *Sponsor* si impegna a svolgere determinate attività, consistenti nella fornitura di beni, nell’erogazione di servizi in favore dello *Sponsee*;
 - f) per sponsorizzazione mista: la sponsorizzazione che risulta dalla combinazione di una sponsorizzazione pura e di una tecnica.

Articolo 4

Condizioni generali del Contratto di Sponsorizzazione

1. Il ricorso al Contratto di Sponsorizzazione oggetto della presente disciplina è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) il perseguimento di interessi pubblici e la conformità con i fini istituzionali della Regione Lombardia;
 - b) l’esclusione di forme di conflitti di interesse, anche potenziale, tra attività pubblica e privata;
 - c) il conseguimento di risparmi di spesa e/o di nuove entrate per il bilancio regionale;
 - d) coerenza dell’iniziativa oggetto di sponsorizzazione con il piano annuale delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale di cui all’articolo 2 della Legge Regionale 13 febbraio 1990, n. 9.

Articolo 5

Procedura per la scelta dello *Sponsor*

1. Per le sponsorizzazioni di qualsiasi importo, la selezione del contraente è effettuata mediante procedura comparativa ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso approvato con decreto del Dirigente responsabile del progetto da sponsorizzare, quest’ultimo precedentemente

valutato dalla Commissione Comunicazione.

2. Il decreto dirigenziale di cui al comma 1 deve contenere:
 - a) la descrizione dell'iniziativa da sponsorizzare;
 - b) gli elementi essenziali del contratto da stipulare;
 - c) la previsione dell'entrata;
 - d) l'avviso da pubblicare sul sito.
3. All'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione sul sito web istituzionale per almeno trenta giorni.
4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti elementi:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello *Sponsor*, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - b) i requisiti di partecipazione alla procedura;
 - c) le obbligazioni che lo *Sponsee* garantisce allo *Sponsor* in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello *Sponsor* sul materiale di promozione, ecc.);
 - d) le modalità e il termine di presentazione delle offerte;
 - e) le modalità ed i termini di valutazione delle offerte;
 - f) l'indicazione del Responsabile del procedimento.
5. L'avviso può essere cumulativo e prevedere più progetti, iniziative ed eventi, di competenza di una stessa Direzione generale e programmati per l'anno cui si riferisce, da sponsorizzare, ovvero prevedere la possibilità di sponsorizzazioni plurime.

Articolo 6

Contenuti dell'Offerta

1. L'offerta deve essere presentata in forma scritta secondo le modalità dettagliate nell'avviso di sponsorizzazione.
2. Nell'offerta sono indicate, di regola:
 - a) le iniziative o le attività o i beni o i servizi 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 che costituirà oggetto del contratto o l'impegno, da parte dello *Sponsor*, a informare preventivamente, con adeguato preavviso, la Giunta regionale sul

- contenuto del messaggio pubblicitario che si intenderà utilizzare ai fini della sponsorizzazione;
- e) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni;
 - f) la dichiarazione espressa di assunzione diretta di responsabilità in merito agli adempimenti contrattuali.
3. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- a) per le persone fisiche: l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione, di cui agli artt. 32 *ter* e 32 *quater* del codice penale, e di ogni altra situazione considerata, dalla legge, pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale; l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia; l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari; l'assenza di conflitti di interesse; l'assenza di controversie legali in corso con l'amministrazione regionale;
 - b) per le persone giuridiche: oltre alle autocertificazioni sopraelencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

Articolo 7

Valutazione delle offerte

1. Scaduto il termine fissato nell'avviso, si procede alla valutazione delle offerte pervenute nel rispetto dei criteri previsti nell'avviso medesimo.
2. Le offerte pervenute sono valutate dalla Direzione Generale competente in raccordo con la commissione comunicazione cui sono comunicati gli esiti della valutazione.
3. Della valutazione delle offerte viene redatto apposito verbale e stilata una graduatoria qualora siano pervenute più offerte valide.
4. Qualora non venga presentata alcuna offerta o nessuna offerta sia giudicata appropriata oppure quando l'offerta presentata risulti inammissibile per i requisiti degli offerenti o qualora l'offerta non sia rispondente ai requisiti formali della procedura, la Direzione Generale competente potrà rinnovare l'intera procedura.

Articolo 8

Diritto di Rifiuto - Esclusione

1. La Direzione Generale competente, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione e recede dal contratto eventualmente sottoscritto qualora:
 - a) ritenga possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella dello *Sponsor*;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio per la Regione o alla collettività oppure un danno alla sua immagine e alle sue iniziative;
 - c) reputi inaccettabile la proposta di sponsorizzazione per motivi di interesse pubblico o per motivi di inopportunità generale.

2. Sono, in ogni caso, escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) la propaganda di natura politica, sindacale o religiosa,
 - b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione e distribuzione di tabacco, bevande alcoliche distillate, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale, all'attività del gioco d'azzardo e alla promozione e uso di sostanze vietate;
 - c) messaggi divisivi o offensivi, incluse le espressioni di razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

3. Il provvedimento di cui al comma 1 è adottato con decreto dirigenziale. Qualora, per motivi riconducibili a quanto sopra previsto, la Direzione Generale competente decida di rifiutare una proposta di sponsorizzazione, anche se precedentemente accettata, il soggetto proponente non è legittimato a pretendere alcun indennizzo.

Articolo 9

Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene formalizzata mediante sottoscrizione di un apposito contratto in forma scritta, mediante scrittura privata.

2. Il contratto di sponsorizzazione deve contenere, almeno i seguenti dati:
 - a) oggetto e finalità del contratto;
 - b) obblighi dello *Sponsor*;
 - c) obblighi dello *Sponsee*;
 - d) importo e durata del contratto;
 - e) obblighi assicurativi;
 - f) modalità con cui l'amministrazione regionale esercita i controlli e la vigilanza sullo *Sponsor*, sull'esecutore e sugli altri soggetti coinvolti nella

- sponsorizzazione;
- g) clausole di risoluzione e recesso;
 - h) trattamento dati personali;
 - i) rinvio alla normativa.
3. Per sponsorizzazioni di importo superiore ai 40.000 euro, lo *Sponsor* deve prestare apposita cauzione per il pagamento del corrispettivo, in conformità a quanto previsto dall'art. 103 del D.Lgs. n. 50/2006.
 4. I contratti di sponsorizzazione stipulati devono includere obbligatoriamente le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi (dello *Sponsor* e dello *Sponsee*) con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello *Sponsor*, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
 5. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "sponsorizzante o *Sponsee*" ovvero di quello "collaborante o *Sponsor*" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie di Regione Lombardia.
 6. L'Amministrazione regionale può definire, di volta in volta, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Articolo 10

Aspetti fiscali

1. Le sponsorizzazioni mista o tecnica si configurano come operazioni permutative e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'IVA del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633. In particolare, sulla base della circolare n. 27/E del 7 novembre 2017, la fattura deve essere emessa ordinariamente con IVA e senza la limitazione da *split payment*.
2. Le sponsorizzazioni di puro finanziamento sono soggette all'applicazione della disciplina sull'IVA ai sensi del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633. In ottemperanza a quanto stabilito dall'art. 1, comma 629, della L. n. 190/2014 (Legge di stabilità 2015), le fatture sono assoggettate a scissione dei pagamenti dove previsto.

Articolo 11

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione della presente disciplina saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste Regolamento

Europeo n. 675/2016, nonché del D.Lgs. n. 196/2003, come modificato e integrato dal D.Lgs. n. 101/2018.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del Regolamento Europeo n. 675/2016, nonché del D.Lgs. n. 196/2003, come modificato e integrato dal D.Lgs. n. 101/2018.
3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti e possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità previste dalla normativa vigente. I diversi adempimenti previsti in materia di protezione dei dati personali verranno definiti all'interno del singolo contratto, così come previsto dall'art. 9, comma 2 del presente provvedimento.