CAMERA DI COMMERCIO
FOGGIA

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI FOGGIA

Approvato con Deliberazione del Consiglio n. 11 del 29/07/2025

INDICE

1. Finalità 3
2. Definizioni 3
3. Sponsor 3
4. Oggetto di sponsorizzazione 4
5. Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione 4
6. Modalità di sponsorizzazione 4
7. Sponsorizzazioni plurime 5
8. Procedura per la scelta dello sponsor 5
9. Contratti di sponsorizzazione ad affidamento diretto 6
10. Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor 6
11.Requisiti di partecipazione dello sponsor 7
12. Contratto di sponsorizzazione 7
13. Regolazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali 8
14. Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor 8
15. Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto 8
16. Sponsorizzazioni vietate ed escluse 8
17. Utilizzo dei proventi e delle economie di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni 9
18. Aspetti Fiscali 9
19. Norma di rinvio 9

1. Finalità

1. Il presente regolamento disciplina l'attività di sponsorizzazione, da parte di soggetti terzi, di eventi, progetti, iniziative e attività promossi, organizzati o gestiti dalla Camera di Commercio di Foggia nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 43 della legge 27 dicembre 1997, n.449 e dall'art. 134 del Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n.36.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, la realizzazione di maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali prestati.

2. Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende per:
- "*sponsorizzazione*": ogni contributo in beni o servizi, prestazioni, denaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione o denominazione sociale, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
- *"contratto di sponsorizzazione"*: un contratto a prestazioni corrispettive, mediante il quale la Camera di Commercio (sponsee) offre ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o ad erogare servizi/beni a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare, in appositi, determinati spazi e per un periodo definito, nome, logo, marchio o prodotti;
- *"sponsor"*: il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con la Camera di Commercio;
- *"sponsorizzazione tecnica"*: la sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna a svolgere determinate attività, consistenti nella fornitura di beni, nell'erogazione di servizi o nell'esecuzione di lavori in favore dello sponsee;
- *"sponsorizzazione di puro finanziamento"*: la sponsorizzazione in cui lo sponsor si impegna esclusivamente al riconoscimento di un contributo e non anche allo svolgimento di altre attività;
- "*sponsorizzazione mista":* combinazione di una sponsorizzazione di puro finanziamento e tecnica
- "Amministrazione": la Camera di Commercio di Foggia

3. Sponsor

1.Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:
- persone fisiche, persone giuridiche, aventi o meno scopo di lucro o finalità commerciali, le associazioni senza fini di lucro, costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questa Amministrazione.

2. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione o che esercitino attività in conflitto di interesse con attività pubbliche o fallimentari.

4. Oggetto di sponsorizzazione

Il contratto di sponsorizzazione può avere ad oggetto:
- la fornitura di materiale o beni/attrezzature;
- la fornitura di una prestazione di servizio;
- dazione in denaro o altre modalità di assunzione del pagamento;
- la realizzazione integrale o parziale di un'opera o di un intervento previsti nel bilancio dell'ente.

5. Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

La Giunta, nonché il Segretario Generale della Camera di Commercio, nell'ambito degli obiettivi strategici individuati nei documenti di programmazione, possono formulare con appositi provvedimenti indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione e definire modalità e risorse per il ricorso alla sponsorizzazione, in conformità al presente regolamento. Il ricorso alla sponsorizzazione, salvo contrasto con disposizioni di legge, può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, le prestazioni ed i servizi espletati dall'Ente Camerale.
Non potrà farsi ricorso al contratto di sponsorizzazione:
- per servizi pubblici essenziali;
- per i servizi espletati a garanzia dei diritti fondamentali dei cittadini;
- per i servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferiti a persone (fisiche e giuridiche).

6. Modalità di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione possono assumere, a titolo esemplificativo e non esaustivo, le seguenti forme:
- presenza del marchio dello sponsor sui materiali ufficiali di comunicazione (pubblicazioni camerali, programma dell'evento, manifesti, locandine, cartella stampa, canali digitali e social ecc.)
- partecipazione ai momenti salienti di presentazione dell'evento: conferenza stampa, evento inaugurale, ecc.;
- diritto di associazione dell'immagine dell'Azienda Sponsor a quella dell'evento sponsorizzato per proprie attività pubblicitarie e di marketing anche digitale;
- spazi in occasione di eventi, convegni, seminari, ecc.;
- spazi presso punti specificatamente individuati all'interno di edifici di proprietà camerale;
- porzioni di spazi dei teli o altro materiale a copertura di ponteggi e/o altre strutture installate per realizzare interventi di ristrutturazione e/o manutenzione di immobili di proprietà di Camera di commercio;
- spazi nell'ambito di propri stand fieristici;
- spazi sul portale della Camera di commercio e sulle comunicazioni a soggetti registrati.

2. Tutte le modalità di sponsorizzazione possono essere personalizzate.
3. Il materiale utilizzato nell'ambito delle iniziative deve essere approvato dall'Ente Camerale.

7. Sponsorizzazioni plurime

Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di singole manifestazioni, iniziative o interventi. Sono altresì ammesse le sponsorizzazioni per lotti di interventi o fasi di manifestazioni o iniziative.

8. Procedura per la scelta dello sponsor

1. La scelta dello Sponsor è effettuata nel rispetto dei principi contenuti nel Decreto Legislativo n. 36/2023 del 31 marzo 2023.
2. Quando un contratto di sponsorizzazione accede ad un contratto principale di acquisto di beni e servizi, la procedura di scelta del contraente è disciplinata dalle normative vigenti in materia, cui si rimanda.
3. Al di fuori dell'ipotesi descritta al comma 2 la scelta dello sponsor è effettuata, nei casi indicati dall'art. 134 del Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n. 36, mediante procedura comparativa ad evidenza pubblica con pubblicazione di apposito avviso per almeno 30 giorni sul sito istituzionale dell'Ente.
4. All'avviso di sponsorizzazione può essere data pubblicità anche mediante invio ad altri soggetti che si ritiene possano essere interessati o abbiano manifestato precedentemente il proprio interesse e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
5. L'avviso deve contenere, in particolare, almeno le seguenti informazioni:
- eventuali categorie di soggetti ammessi a partecipare alla selezione;
- oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor;
- durata del rapporto di sponsorizzazione;
- determinazione delle modalità di sponsorizzazione;
- i requisiti del soggetto proponente, le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta;
- criteri di aggiudicazione e modalità di selezione della proposta migliore;
- in caso di sponsorizzazione di puro finanziamento, importo minimo non ribassabile.

6. L'aggiudicazione può avvenire sulla base del miglior prezzo offerto ovvero dell'offerta economicamente più conveniente secondo i parametri preventivamente individuati nell'avviso.
7. Nell'avviso può essere previsto che più soggetti siano ammessi a concorrere congiuntamente per l'affidamento del contratto: in tale caso l'avviso indica il numero massimo d'imprese che potranno essere coinvolte e i criteri di suddivisione dell'importo/prestazione oggetto della sponsorizzazione.
8. L'avviso dovrà contenere i requisiti soggettivi richiesti per la partecipazione, nonché le informazioni relative al tipo di sponsorizzazione e le condizioni di aggiudicazione.
9. La valutazione delle offerte avverrà nel rispetto dei criteri fissati nell'avviso.
10. L'Amministrazione può procedere all'aggiudicazione anche nel caso in cui pervenga una sola offerta valida, qualora la valuti conveniente, riservandosi in questo caso di avviare una negoziazione diretta con il concorrente ai sensi dell'art. 134 comma 4 nel rispetto dei principi ivi

richiamati. L'Amministrazione potrà altresì non procedere alla aggiudicazione, qualora lo ritenga opportuno e conveniente.
11. Nel caso in cui vengano individuati più ipotesi di sponsorizzazione per la stessa attività/fornitura, sulla base della graduatoria approvata, gli spazi di cui all'art. 6, potranno essere assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor, in ordine di graduatoria.

9. Contratti di sponsorizzazione ad affidamento diretto

In deroga a quanto previsto nel precedente articolo, il Segretario Generale può disporre, previa istruttoria sugli effettivi benefici, la stipulazione del contratto di sponsorizzazione con incarico diretto nei seguenti casi debitamente motivati:
- sponsorizzazione di importo pari o inferiore a 40.000,00 euro;
- fornitura o prestazione eseguibili da un solo soggetto con i requisiti tecnici ed il grado di perfezione richiesti, oppure fornitura riguardante beni la cui produzione è garantita da privativa industriale;
- particolare natura e caratteristiche dell'evento tali da limitare la trattativa ad unico determinato soggetto;
- mancanza di offerte valide a seguito di avviso pubblico.

10.Recepimento di proposte spontanee di potenziali sponsor

1. Nel caso in cui, da parte di un potenziale sponsor, pervenga all'Amministrazione una proposta spontanea di sponsorizzazione, il Segretario Generale in osservanza di quanto previsto all'art.1, valuta la rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento e, deliberata l'opportunità della proposta da parte dell'organo competente, predispone apposito avviso, da pubblicare con le modalità di cui all'art. 8, che preveda come importo minimo a base di selezione quello offerto dal soggetto promotore nonché il diritto di prelazione a favore dell'originario promotore ai sensi del comma 2 del presente articolo. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione.
2. Terminata la procedura di selezione, all'originario promotore è riservato, entro un termine prestabilito, il diritto di adeguare la propria proposta a quella giudicata più conveniente dall'Amministrazione. In questo caso, il promotore originario, in forza di prelazione, è dichiarato aggiudicatario.
3. L'Amministrazione si riserva la facoltà di rifiutare qualsiasi proposta di sponsorizzazione/collaborazione/convenzione qualora ritenga che non sussistano le condizioni di cui ai precedenti articoli.

11.Requisiti di partecipazione dello sponsor

1. Lo sponsor al momento della presentazione dell'offerta deve essere in possesso dei requisiti di carattere generale di cui agli artt. 94, 95, 97 del Codice dei Contratti Pubblici.
2. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, dovrà essere verificato il possesso dei requisiti dei progettisti e degli esecutori di cui agli artt. 66, 94, 95, 97 e 100 del Codice dei Contratti nonché, in caso di sponsorizzazioni di lavori relativi ai beni culturali, dei requisiti speciali come previsto dagli articoli 133 e 134 del Codice dei Contratti Pubblici. Troveranno inoltre applicazione le disposizioni in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture relative alla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. L'Ente (nonché l'amministrazione preposta alla tutela dei beni culturali in caso di sponsorizzazioni relative alla valorizzazione di beni culturali) impartirà inoltre opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi, come meglio dettagliato nell'avviso di cui al precedente art. 8.

12. Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
- l'oggetto del contratto;
- il valore della sponsorizzazione;
- in caso di sponsorizzazione di puro finanziamento, la forma di corrispettivo e le modalità di pagamento;
- la durata del contratto;
- gli impegni e/o obblighi del soggetto sponsorizzato - sponsee;
- forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte del soggetto sponsorizzato -- sponsee;
- disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
- gli impegni e/o obblighi dello sponsor e le modalità di gestione del logo del soggetto sponsorizzato - sponsee ove previsto;
- l'eventuale diritto di "esclusiva";
- il recesso;
- l'inadempimento e la risoluzione del contratto;
- la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto;
- le spese e disposizioni contrattuali finali.

2. Quando l'Ente abbia individuato come corrispettivo della sponsorizzazione l'esecuzione di lavori, servizi o forniture, i contratti a tal fine stipulati contengono anche l'esatta individuazione dei lavori, servizi o forniture da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
Il contratto conterrà, inoltre, le prescrizioni e le indicazioni impartite dall'Ente (nonché dall'amministrazione preposta alla tutela dei beni culturali in caso di sponsorizzazioni relative alla

valorizzazione di beni culturali) relative alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.
3. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Segretario Generale ; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nell'avviso.

13. Regolazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. L'Amministrazione può definire il rapporto con lo sponsor sulla base di clausole di esclusiva generale o commerciale qualora ritenga che tali disposizioni contrattuali possano risultare utili per sollecitare profili concorrenziali finalizzati al reperimento di maggiori risorse o alla presentazione di proposte di sponsorizzazione maggiormente significative.
2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1:
- la clausola di esclusiva generale comporta la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
- la clausola di esclusiva commerciale comporta la formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
3. L'Amministrazione evidenzia la sussistenza o l'assenza di clausole di esclusiva generale o commerciale nelle procedure preliminari alla stipulazione di un contratto di sponsorizzazione, specificando gli eventuali criteri per la valutazione di proposte concorrenti.
4. In ogni caso, l'eventuale inserimento di clausole di esclusiva nei contratti di sponsorizzazione non comporta incompatibilità con altre iniziative coinvolgenti soggetti terzi, quali il patrocinio od iniziative di sensibilizzazione correlate a spazi, beni e tematiche di interesse collettivo.

14. Affidamento del servizio di ricerca dello sponsor

L'Ente camerale previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure previste per gli appalti di servizi previste dal D.Lgs. 31 marzo 2023, n.36.

15. Sponsorizzazioni accessorie a contratti d'appalto

1. L'Amministrazione può prevedere, nell'ambito di procedure per l'aggiudicazione di appalti di lavori, servizi o forniture, clausole inerenti sponsorizzazioni come prestazioni accessorie al contratto principale. In tal caso la valutazione della sponsorizzazione deve costituire elemento con peso marginale rispetto alla valutazione complessiva dell'offerta.

16. Sponsorizzazioni vietate ed escluse

1. L'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione se:

- ritiene che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisa nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine, alle proprie iniziative/attività o un'incompatibilità con le funzioni istituzionali dell'Ente;
- la reputa inaccettabile per specifici motivi di inopportunità.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica, religiosa o di dubbia moralità;
- pubblicità diretta o collegata alla distribuzione di tabacco, armi e di prodotti superalcolici, alla produzione e distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio, minaccia, violenza o comunque lesive della dignità umana

17. Utilizzo dei proventi e delle economie di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Le modalità di utilizzo dei risparmi di spesa saranno definite dalla Giunta Camerale.

18. Aspetti Fiscali

1. Tutti i corrispettivi dei contratti di sponsorizzazione sono rilevati in Bilancio. In particolare, i corrispettivi costituiti da proventi di entrata sono contabilizzati tra le entrate; tutti i corrispettivi costituiti da risparmi di spesa sono comunque contabilizzati a Bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di assicurare il rispetto del principio di integrità del Bilancio e la normativa fiscale.
2. Le singole fattispecie di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale applicabile.
3.Il contratto di sponsorizzazione non esonera lo sponsor dall'obbligo di pagamento degli eventuali tributi e/o canoni inerenti le fattispecie poste in essere né è sostitutivo di tale obbligo.
4. Nel caso in cui lo sponsor, a fronte dell'obbligo da parte della Camera di commercio di veicolare il messaggio pubblicitario, si impegni a corrispondere una somma di denaro, l'Ente provvederà a emettere fattura per il corrispettivo pattuito.
5. Qualora lo sponsor si impegni a cedere beni o a prestare servizi o a eseguire opere in corrispettivo, sia lo sponsor che l'Ente camerale provvederanno a emettere fattura, ai sensi dell'art. 21 del D.P.R. n. 633/1972, in relazione all'operazione attiva da ciascuno effettuata, indicando il valore normale così come determinato dall'articolo 14 terzo comma del medesimo D.P.R. 633/1972.

19. Norma di rinvio

1. Per ogni aspetto che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio alle norme di legge applicabili.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente Regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'applicazione concreta del Regolamento stesso, senza necessità di un suo adeguamento espresso