



COMUNE DI SOTTO IL MONTE GIOVANNI XXIII

Provincia di Bergamo

***REGOLAMENTO DI
DISCIPLINA E GESTIONE DELLE
INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE
DELLE ATTIVITA' COMUNALI***

(art. 43 Legge N. 449/1997, art. 119 D.Lgs. N. 267/2000, art. 26 D.Lgs. N. 163/2006)

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale N° 44 del 28.11.2014.

Regolamento Comunale di disciplina delle sponsorizzazioni

INDICE

Art. 1 - Finalità	pag. 3
Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari	pag. 3
Art. 3 - Definizioni	pag. 3
Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	pag. 3
Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	pag. 4
Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione	pag. 5
Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti da sponsorizzazioni	pag. 5
Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	pag. 5
Art. 9 - Trattamento dei dati personali	pag. 5
Art. 10 - Aspetti fiscali	pag. 5
Art. 11 - Verifiche e controlli	pag. 6
Art. 12 - Rescissione o risoluzione del contratto	pag. 6

Articolo 1 - Finalità

1. Con il presente Regolamento si disciplina l'attività di sponsorizzazione, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 449/1997 e nell'art. 119 del Decreto Legislativo 267/2000.

2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a realizzare maggiori economie e a garantire una costante qualità dei servizi istituzionali erogati.

Articolo 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. Il contratto di sponsorizzazione può essere concluso con soggetti privati e con associazioni senza fine di lucro, al fine di realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, progetti, prestazioni beni o attività inseriti nelle previsioni di spesa con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.

Il risultato della sponsorizzazione consiste nella realizzazione di un risparmio di spesa totale o parziale, in relazione alla totale o parziale acquisizione del previsto risultato da parte del soggetto identificato nel contratto come 'sponsor'.

Articolo 3 - Definizioni

1. Per 'contratto di sponsorizzazione', ai fini del presente regolamento, si intende un contratto con cui il Comune offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un soggetto terzo (denominato 'sponsor') la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, l'attività, il marchio o il nome in appositi e predefiniti spazi pubblicitari. Obbligo dello 'sponsor' è la corresponsione di una somma di denaro o la fornitura a titolo gratuito di una predeterminata prestazione.

Trattandosi di contratto fra un'Amministrazione pubblica e un soggetto privato, si potrà derogare alle norme contrattuali del Codice Civile, così come previsto dalla legge amministrativa.

2. Per 'sponsorizzazione', si intende ogni contributo monetario (prestazione fungibile) o in beni, prestazioni, servizi o interventi provenienti da terzi (prestazione infungibile), a titolo gratuito, in cambio della promozione dell'immagine o del nome o del prodotto degli stessi.

3. Per 'sponsor', si intende il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione.

4. Per 'spazio pubblicitario', si intende lo spazio fisico o comunque il mezzo di diffusione delle informazioni (marchio, attività, nome, logo) messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Articolo 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor viene effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica o trattativa privata, secondo la disciplina del presente regolamento.

2. All'avviso di sponsorizzazione viene data pubblicità attraverso la pubblicazione all'Albo pretorio, la pubblicazione nel sito internet del Comune, l'invio alle associazioni di categoria e in tutte quelle forme ritenute idonee per una maggiore partecipazione e divulgazione.

3. L'avviso di sponsorizzazione deve contenere le seguenti informazioni:
- finalità della sponsorizzazione (ad esempio: erogazione o miglioramento servizi);
 - oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - i vantaggi per lo sponsor (potenziali clienti, entità di diffusione del messaggio pubblicitario, ecc.);
 - puntuale e precisa determinazione dell'offerta dello spazio pubblicitario;
 - modalità e termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, deve indicare:
- il bene, il servizio, il progetto o l'attività che si intende sponsorizzare;
 - l'accettazione delle condizioni previste dalla convenzione o dal progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni, che attestino:
- o per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione (vedi art. 120 e seguenti della Legge N. 689 del 24/11/1981) e di ogni situazione considerata dalla legge come pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti dovuti da misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (vale se imprese);
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura sindacale, politica, religiosa o filosofica;
 - o per le persone giuridiche:
 - oltre a tutto quanto sopra elencato, in riferimento ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante.
6. L'offerta deve, inoltre, prevedere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti riguardanti il messaggio pubblicitario, le conseguenze della sua diffusione e le relative autorizzazioni.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono vagliate dal dirigente preposto all'ufficio interessato, nel rispetto dei criteri definiti nella convenzione.
- Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente dell'ufficio interessato; con tale contratto si regola e autorizza l'utilizzo dello 'spazio pubblicitario' espressamente indicato nella convenzione.

Articolo 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono individuate in via prioritaria fra gli obiettivi assegnati al dirigente dei singoli uffici. In subordine, durante l'anno, la Giunta comunale può proporre indirizzi specifici al dirigente, per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
2. Tutte le iniziative, i beni, i servizi, i prodotti e le prestazioni a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria possono essere oggetto di iniziative di sponsorizzazione.

Articolo 6 - Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione viene regolata attraverso la sottoscrizione di un apposito contratto, in cui sono stabiliti:

- il diritto dello sponsor all'utilizzo dello spazio pubblicitario;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- gli obblighi in capo allo sponsor;
- le clausole di tutela rispetto ad eventuali inadempienze.

Articolo 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti da sponsorizzazioni

1. I risparmi di spesa e le maggiori entrate conseguenti alle iniziative di sponsorizzazione sono destinate dalla Giunta comunale ad economie di bilancio.

2. I risparmi di spesa e le maggiori entrate conseguite sono documentate nella relazione al rendiconto per la gestione.

Articolo 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione nel caso in cui:

- ritenga possa sussistere un conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
- ritenga essere presente nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio alla propria immagine o alle proprie iniziative;
- ritenga la sponsorizzazione inaccettabile per motivi di ordine generale.

2. In ogni caso, l'Amministrazione comunale esclude le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- pubblicità diretta, collegata o collegabile a produzione, uso o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o di carattere sessuale, gioco d'azzardo;
- messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, discriminazione, odio o minaccia.

Articolo 9 - Trattamento dei dati personali

1. Per quanto attiene al trattamento dei dati personali, si fa riferimento alle disposizioni vigenti in materia.

Articolo 10 - Aspetti fiscali

1. Visto che l'iniziativa oggetto di sponsorizzazione è legata ad uno stanziamento di bilancio disposto secondo i programmi di spesa ordinari e che la sponsorizzazione determina un risparmio rispetto allo stanziamento disposto, la fatturazione deve coincidere con lo stanziamento totale o parziale, in relazione alla copertura totale o parziale, attraverso la sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

2. Se il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in rapporto a prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, l'obbligo di fatturazione grava su entrambi i soggetti coinvolti nel contratto. In tal caso, lo sponsor deve rilasciare

all'Amministrazione una fattura di pari importo, anch'essa soggetta ad IVA, in relazione alla tipologia e al valore del messaggio pubblicitario concesso.

Articolo 11 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte dell'Ufficio competente per materia, al fine di accertare la correttezza delle specifiche convenute , per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Eventuali difformità emerse in sede di verifica devono essere notificate allo sponsor tempestivamente; la notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Articolo 12 - Rescissione o risoluzione del contratto

1. In materia di rescissione e/o risoluzione del contratto, si rimanda a quanto disposto dalla disciplina ordinaria.