

Comune di Fiorano al Serio

Via G. Sora n.13 Tel. 035-711479 - Fax 035-720340

Codice Fiscale 00309870160 e Partita IVA 00309870160

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 7 del 14/03/2008

Pubblicato all'albo pretorio dal 20/03/2008 al 04/04/2008

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

INDICE

Art. 1 - Finalità

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

Art. 3 - Definizioni

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 9 - Trattamento dei dati personali

Art.10 - Aspetti fiscali

Art.11 - Agevolazioni tributarie

Art.12 - Verifiche e controlli

Art.13 - Riserva organizzativa

Art.14 - Controversie

Art.15 - Norme di rinvio

Art.16 - Entrata in vigore

Art. 1 - Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 26 de Codice degli appalti (D.lgs. n.163/2006).
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione, a realizzare maggiori economie e a raggiungere una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 -Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3 -Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un altro soggetto (sponsor), che si obbliga a fornire un corrispettivo in denaro o in forma di prestazione a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni o servizi, denaro o ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti ecc. ovvero di conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
- c) per "**sponsor**": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.
- e) Per "**veicolazione dell'immagine dello sponsor**": qualsiasi modalità convenuta mediante la quale il Comune si impegna a veicolare l'immagine dello sponsor come corrispettivo del contratto.

Art. 4 -Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante trattativa privata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso, approvato con determinazione del Dirigente competente in riferimento agli interventi, servizi, prestazioni, beni o attività oggetto del contratto.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "capitolato o progetto di sponsorizzazione.

b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;

c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;

b) l'entità dell'offerta di sponsorizzazione;

c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

d) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed a assolvere tutti gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e le relative autorizzazioni.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la Pubblica Amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, 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 (solo se imprese);

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate ai sensi del regolamento dei contratti.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Entro il mese di aprile, la Giunta Comunale formula indirizzi specifici per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutti gli interventi, le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, le prestazioni e le Opere Pubbliche previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria ed in particolare:

- Fiere

- Manifestazioni culturali e ricreative

- Servizi pubblici di rilievo sociale e/o di rilievo per il territorio

Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

Art. 6 -Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito atto di natura contrattuale, in forma scritta, nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione
- b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario ed alla veicolazione della sua immagine;
- c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- d) gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'Amministrazione comunale;
- e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
- f) l'impegno dello sponsor a svolgere le attività previste senza obbligo di garantire il ritorno pubblicitario dello sponsor.
- g) il corrispettivo della sponsorizzazione.
- h) l'eventuale cauzione da richiedere nelle ipotesi di prestazioni continuative.

2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione Comunale

Art. 7 -Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2. La Giunta comunale può destinare i risparmi di spesa di cui al comma 1 per realizzare altre eventuali iniziative riguardanti, nel Bilancio di previsione, il Settore che ha ottenuto la sponsorizzazione ed in parte per economie di bilancio.

Art. 8 -Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

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

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione i terzi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione comunale.

Art. 9 -Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 7 del D.lgs. 196/2003 e successive modificazioni.
3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art.10 -Aspetti fiscali

1. Il Comune riceve il contributo dallo sponsor e provvede ad emettere fattura, a titolo di sponsorizzazione, per l'importo corrispondente
2. Quando il corrispettivo assicurato dallo sponsor consista in beni, lavori o servizi, lo sponsor provvede a fatturare al Comune l'importo dei beni, servizi o lavori secondo quanto stimato nel contratto di sponsorizzazione. Il Comune, a sua volta, rilascia fattura per uguale importo a titolo di sponsorizzazione.
3. La sponsorizzazione si configura come una operazione permutativi, trattandosi di un contratto atipico di pubblicità commerciale, e trova quindi applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo quanto previsto all'art. 11 del DPR 26.10.1972, N.633, con aliquota del 20%.

Art.11 - Agevolazioni tributarie

1. In relazione alle sponsorizzazioni attivate ai sensi del presente regolamento non è dovuto il pagamento del canone di occupazione del suolo pubblico e del canone di concessione per gli impianti pubblicitari privati installati su spazi o aree comunali. L'imposta di pubblicità è dovuta nella misura ridotta del 50%.
2. L'importo massimo complessivo dei benefici tributari concessi ai sensi de precedente comma 1 del presente articolo deve essere inferiore al corrispettivo offerto per la sponsorizzazione.

Art.12 -Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 13 -Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 14 - Controversie

1. Ogni controversie relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Bergamo.

Art. 15 -Norme di rinvio

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.

Art. 16 -Entrata di vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla sua pubblicazione che deve avvenire all'esecutività del provvedimento che l'ha approvato.