



Comune di San Martino Buon Albergo
Provincia di Verona

**REGOLAMENTO COMUNALE
PER LA DISCIPLINA E
LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI**

Sommario

Art. 1 – *Finalità*

Art. 2 – *Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari*

Art. 3 – *Definizioni*

Art. 4 – *Procedure di sponsorizzazione e scelta dello sponsor*

Art. 5 – *Sponsorizzazione su iniziativa di terzi*

Art. 6 – *Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione*

Art. 7 – *Contratto di sponsorizzazione*

Art. 8 – *Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni*

Art. 9 – *Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni*

Art. 10 – *Trattamento dei dati personali*

Art. 11 – *Aspetti fiscali*

Art. 12 – *Verifiche e controlli*

Art. 13 – *Riserva organizzativa*

Art. 14 – *Amministrazione in qualità di sponsor*

ART. 1

Finalità

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della L. 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 7 della L.166/2002, nell'art. 2 del D.Lgs. 30/2004, nell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, negli artt. 31, 32 e 33 del CCNL 22.1.2004 e **dell'art 26 del D.Lgs 163/2006.**

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

L'ambito di applicazione riguarda, pertanto, tutti i servizi e le attività dell'Amministrazione comunale, compresa la realizzazione di opere pubbliche.

ART. 2

Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, servizi, lavori, attività o beni, inseriti nei programmi di spesa con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'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.

Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.

A fronte della fornitura di beni o prestazione di servizi, opere o altre utilità, da parte di un soggetto privato (sponsor), il Comune può affidare spazi a fini pubblicitari (es. bacheche, sale riunioni, androni, coperture con teli di opere pubbliche, veicoli, sito Internet, arredo urbano, ecc.) al medesimo.

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 terzo (sponsor), che si obbliga a fornire una determinata prestazione quale corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, denaro, lavori, prestazioni o interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
- c) per "sponsor": il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l'obbligo di corrispondere una determinata prestazione a favore della controparte contrattuale, in cambio della veicolazione del proprio nome nell'ambito di un'iniziativa attuata dallo sponsee, al fine di incrementare la propria notorietà e la propria immagine presso il pubblico;
- d) per "sponsee": il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo, ad associare alla propria attività il nome o un segno distintivo dello sponsor, o comunque a veicolare l'immagine;
- e) 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.

ART. 4

Procedure di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

La procedura di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi del Trattato Ue, ossia principi di libera concorrenza, parità di trattamento, non discriminazione, trasparenza, proporzionalità, di pubblicità in base a quanto disciplinato dal presente regolamento, nonché delle disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto, nel caso in cui il Comune acquisisce o realizza a cura e spese dello sponsor lavori, forniture e servizi indicati al primo comma dell'art. 26 del D.lgs 163/2006.

La scelta dello sponsor avviene:

- a) mediante pubblicazione di un avviso come più avanti disciplinato qualora l'importo dei lavori, servizi o forniture da acquisire o realizzare sia superiore a Euro centomila IVA esclusa;
- b) mediante la consultazione di almeno tre operatori per gli importi superiori a Euro ventimila IVA esclusa;
- c) mediante consultazione diretta di un operatore per gli importi pari o inferiori a Euro ventimila IVA esclusa.

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.

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;
- d) il limite dello sfruttamento dell'immagine dello sponsor ai fini pubblicitari.

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

- a) il bene, il servizio, l'attività, il lavoro o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel **progetto di sponsorizzazione**.

Il termine per la presentazione delle offerte non può essere inferiore a **dieci** giorni dalla data di pubblicazione dell'avviso all'Albo Pretorio.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni:

- a) per le persone fisiche e giuridiche:
 - 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);
 - eventuale qualificazione in caso di effettuazione di lavori pubblici;

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.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio competente, nel rispetto dei criteri definiti nel **progetto di sponsorizzazione**

In tutti gli altri casi non contemplati al primo comma del presente articolo la scelta dello sponsor avviene secondo le modalità stabilite di volta in volta dal Responsabile del Settore competente in base alle peculiarità del progetto, perseguendo il fine di conseguire il miglior risultato per l'Ente nel rispetto dei principi di buon andamento della Pubblica Amministrazione.

ART. 5

Sponsorizzazione su iniziativa di terzi

Qualora la sponsorizzazione si origini da un'iniziativa di soggetti terzi all'Amministrazione, i quali offrano spontaneamente i beni, servizi o lavori indicati nel precedente articolo 4, il Comune procede nelle modalità ivi indicate in base all'importo, al fine di comparare l'offerta pervenuta con possibili ulteriori offerte migliorative.

Il termine per la presentazione delle offerte, in tal caso, non può essere inferiore a **cinque** giorni dalla data di pubblicazione dell'avviso all'Albo Pretorio.

ART. 6

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Responsabili di Settore. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi i lavori e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente.

ART. 7

Contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'individuazione dell'oggetto del contratto;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione ed eventuale rinnovabilità;
- c) le modalità di veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
- d) impegni e/o obblighi reciproci delle parti;
- e) profili economici e fiscali del rapporto contrattuale;
- f) recesso;
- g) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- h) risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
- i) spese e disposizioni contrattuali finali.

ART. 8

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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

I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 20 % sono destinati alla implementazione del fondo per le risorse decentrate di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 e agli artt. 31, 32, 33 del CCNL 22.1.2004;
- b) nella misura del 40 % sono destinati al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
- c) la restante quota del 40 % costituisce economia di bilancio.

ART. 9

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

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.

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.

ART. 10

Trattamento dei dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 7 del D.Lgs. 196/2003.

Titolare del trattamento dei dati è il Comune di San Martino Buon Albergo in persona del Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.

I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 11

Aspetti fiscali

Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

Qualora l'obbligazione sia adempiuta dallo sponsor mediante messa a disposizione di beni, servizi o lavori per valore corrispondente a quello del contratto di sponsorizzazione, si realizza tra le parti un rapporto permutativo ai fini Iva, secondo quanto previsto dall'articolo 11, comma 1 del D.P.R. 633/1972: lo sponsor e lo sponsee sono tenuti ad assolvere gli obblighi fiscali connessi alle reciproche prestazioni con emissione di regolari fatture, ai sensi dell'art. 21 del D.P.R. 633/1972, in relazione all'operazione attiva da ciascuno effettuata, indicando il valore normale così come determinato dall'art. 14, comma 3 del medesimo D.P.R. 633/1972.

Nell'ipotesi in cui lo sponsor si impegna a corrispondere una somma in denaro a fronte dell'obbligo, da parte del Comune, di veicolare il nome o il marchio, si realizza una prestazione di servizio a rilevanza commerciale, soggetta all'applicazione dell'Iva.

ART. 12
Verifiche e controlli

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.

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

ART. 13
Riserva organizzativa

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

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
Amministrazione in qualità di sponsor

L'Amministrazione comunale può essa stessa assumere la veste di sponsor, veicolando la propria immagine verso il pubblico, attraverso il sostegno, finanziario o di altra natura, di particolari manifestazioni od iniziative di carattere culturale, sportivo, sociale o educativo, ritenute, di volta in volta, rilevanti al fine del raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sociale, civile e culturale dei cittadini.

L'eventuale corrispettivo, consistente in servizi o contributi in conto esercizio, deve essere in ogni caso previsto nel settore competente ed allocato in opportuna posta del PEG. Il Responsabile del Settore competente, sulla base delle indicazioni della giunta, provvederà alla relativa imputazione economica, mediante sottoscrizione di apposito contratto con lo sponsee.

