

REGOLAMENTO

PER LA STIPULA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

del Comune di Costa Volpino (BG)

Approvato con delibera di Consiglio Comunale n. 42 del 17 luglio 2007

Art. 1 - Finalità

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

Art. 3 - Definizioni

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 5 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 8 - Clausola generale di rinvio

Art. 9 - Spese contrattuali

Art. 10 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 11 - Trattamento dei dati personali

Art. 12 - Aspetti fiscali

Art. 13 - Verifiche e controlli

Art. 14 - Riserva organizzativa

Art. 15 - Controversie

Art. 1 - Finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in applicazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, come previsto dall'art. 119 del D.Lgs. 267/2000.

2. L'attività di sponsorizzazione è diretta a:

a) recuperare maggiori risorse che consentano di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;

b) migliorare gli standard di qualità o l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni e attrezzature al Comune;

c) sostenere progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune.

3. Le risorse provenienti dalla sponsorizzazione possono essere utilizzate per incentivazione delle risorse umane e della produttività entro i limiti e secondo le modalità stabilite dalla contrattazione collettiva-decentrata.

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 interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio del Comune. 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 il Comune, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3 - Definizioni

1. 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 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, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, senza nessun obbligo economico da parte del Comune;

c) per "Sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;

d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di trasmissione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello Sponsor.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. La Giunta Comunale può formulare, nel corso dell'anno, indirizzi specifici al Responsabile del procedimento per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente Regolamento.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria, purché ciò non sia di danno al mantenimento della dignità propria dell'Ente Pubblico rappresentativo della comunità locale.

Art. 5 - Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

1. L'attività di pubblicizzazione dello Sponsor da parte del Comune è realizzata nei seguenti modi:

a) nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, periodico trimestrale, tabelloni luminosi, ecc.), sia nel sito WEB del Comune nella pagina dedicata all'informazione sulle manifestazioni e sulle attività organizzate dal Comune a beneficio della cittadinanza;

b) nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il Comune realizzerà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, ad esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo Sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni.

2. Il Comune emette fattura allo Sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori, servizi e beni, lo Sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato, con il contratto di sponsorizzazione, del valore dei lavori, servizi o dei beni. A sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione. Allo Sponsor compete altresì il pagamento della somma dovuta per imposta sulla pubblicità per insegne e/o cartelli.

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello Sponsor

1. La scelta dello Sponsor è effettuata mediante pubblicazione di apposito avviso. I contratti di sponsorizzazione sono esclusi dall'ambito di applicazione del Codice degli Appalti (art. 26 titolo II del decreto legislativo n. 163 del 12 aprile 2006).

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

3. L'avviso contiene, in particolare, i seguenti dati:
a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello Sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato ;
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 indica:
a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato e/o nel progetto di sponsorizzazione .

5. L'offerta è 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 a suo carico di provvedimenti limitativi della piena capacità di agire .
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;
- la mancanza del perseguimento di finalità di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa ;
- il non trovarsi in stato fallimentare, liquidazione coatta amministrativa, amministrazione controllata, concordato preventivo e non avere procedimenti fallimentari in corso.

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 dal Responsabile del procedimento nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo Sponsor e dal Responsabile dell'Area di competenza. Con il contratto di sponsorizzazione è anche autorizzata l' utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) il diritto dello Sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi assunti a carico dello Sponsor;
- d) le modalità e tempi del pagamento dei proventi da sponsorizzazione;
- e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

2. Le parti possono risolvere, per motivate ragioni, il contratto con preavviso di 60 giorni, comunicato con lettera raccomandata.

3. Il contratto si intende risolto senza alcuna penalità per il Comune di Costa Volpino:

- a) qualora lo Sponsor o lo Sponsee (Comune) risultino inadempienti in modo grave e/o continuato in relazione ai loro rispettivi obblighi;
- b) qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell' iniziativa / dell' attività / del progetto;
- c) qualora la sponsorizzazione e gli strumenti attuativi della stessa contrastino con prescrizioni di leggi o di regolamenti o non sia diretta al perseguimento di interessi pubblici;
- d) qualora si verificano forme di conflitto di interessi tra l' attività pubblica e quella privata.

4. Le modalità di associazione del nome e del marchio dei soggetti terzi devono presentare caratteri tali da essere coerenti con la natura dell' iniziativa e comunque non lesivi della dignità istituzionale del Comune.

Art. 8 - Clausola generale di rinvio

Per quanto non espressamente disciplinato dal presente contratto si fa rinvio:

- a) per gli elementi di disciplina contrattuale alle disposizioni regolamentari concernente i criteri per la stipulazione dei contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici o privati, nonché alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
- b) per l' utilizzo del marchio e dei segni distintivi al D.Lgvo n. 30 del 10.02.2005, nonché in genere alla normativa in materia.

Art. 9 - Spese contrattuali

Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello Sponsor.

Art. 10 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. Il Comune di Costa Volpino, 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 o comunque un qualsiasi elemento che possa nuocere al mantenimento della dignità propria di un ente pubblico rappresentativo della comunità locale;
- 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, nonché produzione di armi;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 11 - 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 dalla legge in materia di protezione dei dati personali.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Costa Volpino nel suo complesso. Il competente organo di governo può nominare uno o più Responsabili del trattamento .
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente Regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento.

Art. 12 - Aspetti fiscali

1. La sponsorizzazione oggetto del presente Regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'Iva secondo le previsioni dell'art. 11 del DPR 26 ottobre 1972 n. 633.
2. Nell'ipotesi in cui lo Sponsor s'impegna a corrispondere una somma in denaro a fronte dell'obbligo, da parte del Comune, di veicolare il nome o il marchio, si tratta comunque di una prestazione di servizio a rilevanza commerciale soggetta all'applicazione dell'Iva.

Art. 13 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile titolare del contratto di riferimento, 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. 14 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Costa Volpino secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. E' tuttavia facoltà del Comune di Costa Volpino , 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. 15 – Controversie

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