



COMUNE DI LALLIO
(Provincia di Bergamo)

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

(approvato con D.C.C n° 16 del 24/06/2010)

Indice

Art. 1 – Oggetto e finalità del Regolamento

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 delle nuove entrate e/o risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 8 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 9 – Aspetti fiscali delle sponsorizzazioni

Art. 10 – Verifiche e controlli

Art. 11 – Riserva organizzativa

Art. 12 – Diritto di esclusiva

Art. 13 – Trattamento dei dati personali

Art. 14 – Entrata in vigore

ART. 1 – Oggetto e finalità del Regolamento

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione dell'articolo 43 della legge 449/1997 e dell'articolo 119 del D.Lgs. 267/2000, da ultimo recepite dall'articolo 26 del D.Lgs. 12/4/2006 n. 163 parzialmente modificato dall'articolo 3, comma 1, lettera c), del D.Lgs. 26/1/2007, n. 6; dell'articolo 15, comma 1, lettera d) del CCNL dell' 1 /4/1999, come sostituito dall'articolo 4, comma 4, del CCNL del 5/10/2001 (e dall'articolo 26, comma 1, lettera b) del CCNL del 23/12/1999 per l'area di dirigenza).
2. Il Comune di Lallio intende avvalersi, principalmente, dell'istituto della sponsorizzazione essenzialmente per :
 - incentivare e promuovere una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente;
 - realizzare maggiori economie di spesa;
 - migliorare la qualità dei servizi prestati.
3. Con l'approvazione del seguente Regolamento e nel rispetto dello stesso il Consiglio Comunale autorizza in via generale la Giunta Comunale, ad avvalersi di sponsorizzazioni per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico.
4. La Giunta Comunale nel rispetto del presente Regolamento, autorizza per le attività del Comune di Lallio il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni o collaborazioni, in via generale con l'approvazione del P.E.G. (Piano Esecutivo di Gestione) e successive variazioni, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni.

Art. 2 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, associazioni ed enti, 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 nuova entrata e/o una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3 – Definizioni

1. Ai fini delle operazioni di sponsorizzazione 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 un versamento in denaro ovvero una predeterminata fornitura di beni o prestazione di servizi, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale secondo le modalità che di volta in volta verranno concordate fra le parti;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
 - 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.

Art. 4 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta del contraente avviene, di norma, con procedure comparative ad evidenza pubblica che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione - tese a garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione.
2. in analogia a quanto stabilito dall' art. 125 comma 11 del D.Lgs. 12/4/2006 n. 163 si prevede la possibilità per l'Amministrazione Comunale di procedere alla stipula del contratto di sponsorizzazione direttamente con un solo sponsor al di sotto delle seguenti soglie differenziate per tipologia di intervento:
-Lavori : entro un valore massimo di € 15.000,00 IVA esclusa.
-Forniture e servizi: entro un valore massimo di € 10.000,00 IVA esclusa.
3. Qualora la tipologia di sponsorizzazione lo richieda, devono essere rispettate le norme dettate dall'art. 26 del D.Lgs. 12/4/2006 n. 163 in tema di requisiti di qualificazione dei progettisti e degli esecutori del contratto.
4. 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.
5. 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 "progetto di sponsorizzazione" o capitolato;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta pubblicitaria che l'ente si impegna a realizzare;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
6. 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'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione o capitolato.
7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni che comportino l'incapacità di 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;
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

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.
8. 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.
 9. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio interessato, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione o capitolato predisposto dall'Ufficio competente ed approvato dalla Giunta Comunale.
 10. Il progetto di sponsorizzazione o capitolato, prima dell'approvazione da parte della Giunta Comunale, deve essere sottoposto al parere del Servizio Pubblicità per verificare la conformità dello stesso alla normativa vigente;
 11. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore interessato; la sottoscrizione del contratto autorizza lo sponsor all'utilizzo dello spazio pubblicitario senza però esimere lo stesso dagli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
 12. Le sponsorizzazioni potranno anche essere reperite dal Comune con procedimenti semplificati consistenti in comunicazioni a ditte e/o soggetti privati interessati a seconda del tipo di manifestazione, di servizio, attività od oggetto, nel rispetto dei criteri di trasparenza e pari trattamento.

Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile del Settore Competente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile 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.

Art. 6 – Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto scritto nel quale sono in particolare stabiliti:
 - a) L'oggetto della sponsorizzazione
 - b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello "spazio pubblicitario" previsto nel progetto di sponsorizzazione;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
2. Il contratto di sponsorizzazione si intenderà risolto senza oneri reciproci qualora la manifestazione non abbia luogo (o la sua durata si debba ridurre a meno del 50% del tempo previsto).
3. I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Amministrazione comunale prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei

marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

4. Le modalità di associazione del nome e del marchio del soggetto sponsorizzante (sponsee) ovvero di quello collaborante (sponsor) devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie di questo Comune.

Art. 7 – Utilizzo delle nuove entrate e/o 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. I risparmi di spesa di cui al comma 1 del presente articolo, unitamente alle nuove entrate realizzate in seguito alla stipula di appositi contratti di sponsorizzazione, sono utilizzate per le seguenti finalità:
 - a. per sponsorizzazioni di importo inferiore o uguale a € 2.000,00 nella misura del 10% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 e art. 31 e segg. CCNL 22.1.2004 ;
 - b. per sponsorizzazioni di importo compreso fra € 2.000,00 e € 5.000,00 nella misura del 8% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 e art. 31 e segg. CCNL 22.1.2004 ;
 - c. per sponsorizzazioni di importo maggiore a € 5.000,00 nella misura del 5% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 e art. 31 e segg. CCNL 22.1.2004;
3. le somme rimanenti sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali individuate dall'Amministrazione Comunale.
4. La citata disposizione non si applica nei casi in cui le sponsorizzazioni siano diretti a finanziare interventi, servizi o attività non inseriti nei programmi di spesa ordinari.

Art. 8 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Comunale, a insindacabile giudizio della Giunta Comunale, 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.

Art.9 – Aspetti fiscali delle sponsorizzazioni

1. 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 sponsorizzativa dell'intervento.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.
3. Tra le parti della sponsorizzazione opera il criterio della fatturazione permutativa compresa la rilevanza ai fini IVA che si concretizza nei seguenti passaggi:
 - a. Fatturazione dello sponsor all'Ente del valore del servizio (bene, attività, ecc.) che lo sponsor fornisce gratuitamente al Comune;
 - b. Fatturazione dell'Ente allo sponsor di un pari importo del messaggio pubblicitario concesso dall'Ente allo sponsor, in cambio del servizio gratuito;

Art. 10 – Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio Comunale competente per la tipologia di sponsorizzazione, 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. 11 – Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È 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; in tale caso gli eventuali risparmi di spesa costituiranno economie di bilancio.

Art. 12 – Diritto di esclusiva

1. In generale le sponsorizzazioni non sono effettuate con diritto di esclusiva da parte dello sponsor, pertanto il Comune può ricevere più sponsorizzazioni per uno stesso oggetto o evento.
2. Qualora una ditta sia interessata a sponsorizzare un'attività in via esclusiva, la Giunta Comunale valuterà l'eventuale proposta ricevuta in tal senso. I contenuti del contratto, i termini economici della proposta formeranno elementi oggetto di contrattazione fra le parti.

Art. 13 – 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 della legge 30.06.2003, n. 196 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Lallio in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
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 ed in relazione agli accordi con i titolari degli stessi.

Art. 14 – Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore dalla data di eseguibilità della deliberazione consiliare d'approvazione.