



Città di Minerbio

Provincia di Bologna

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 55 del 02/07/2010

Art. 1 Riferimenti normativi e contrattuali

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione conformandosi, per quanto nelle stesse previsto, alle disposizioni dell'art 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001, dell'art. 26 del D.lgs. 12 aprile 2006, n. 163 come modificato dall' art. 3 comma 1 D. Lgs. 6/2007.

Art. 2 Finalità e ambito di applicazione

Il regolamento disciplina la possibilità di sponsorizzazione da parte di terzi di attività ed iniziative del Comune di Minerbio nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 6, al fine di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

Le iniziative di sponsorizzazione devono essere dirette al perseguitamento di interessi pubblici, escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Minerbio.

Art. 3 Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici, privati e associazioni, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, lavori, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa 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. 4 Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (spousee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un altro soggetto (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 o servizi, denaro o ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, 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 con la quale il Comune si impegna a veicolare l'immagine dello sponsor come corrispettivo del contratto.

Art. 5 Scelta dello sponsor

La scelta dello sponsor avviene secondo la disciplina contenuta nel regolamento dei contratti del Comune di Minerbio. La scelta dello sponsor è preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito bando/avviso.

Al bando/avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e nel sito internet del Comune, salvo altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta più

convenienti per una maggiore diffusione e partecipazione. Dell'avviso può essere data notizia diretta a soggetti ritenuti interessati.

Il bando/avviso deve in particolare contenere le seguenti informazioni:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e gli obblighi delle parti;
- b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario offerto;
- c) il progetto o la descrizione dettagliata, completi della quantificazione economica, dei lavori, servizi o forniture proposti per la sponsorizzazione;
- d) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.

L'Amministrazione può pervenire alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati che manifestino spontaneamente la loro intenzione di assumere il ruolo di sponsor di progetti o iniziative.

Le proposte di sponsorizzazione presentate ai sensi del precedente comma 1 devono specificare il valore presumibile del corrispettivo delle attività di veicolazione pubblicitarie e la consistenza, i contenuti, le forme, i luoghi e i tempi con i quali il medesimo corrispettivo viene ad essere reso.

Art. 6 Individuazione, programmazione e gestione delle sponsorizzazioni

La Giunta Comunale formula indirizzi specifici per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

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.

Art. 7 Contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto con il quale si determinano, a fronte di un corrispettivo costituito da una somma di denaro o da forniture di beni/servizi prestati da terzi (sponsor), le modalità con cui il Comune (sponsee) si obbliga nelle varie estrinsecazioni della propria attività a pubblicizzare e divulgare la ragione sociale o il marchio del soggetto sponsorizzante .

Il pagamento dell'importo della sponsorizzazione deve essere effettuato con le modalità stabilite dal Responsabile nell'atto di affidamento. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento, fatto salvo il risarcimento di ogni maggior danno.

Il Responsabile del procedimento, prima della stipulazione del contratto, deve esaminare il contenuto dei messaggi pubblicitari affinché lo stesso risponda a quanto previsto dal presente regolamento. Qualora in corso di contratto si verificasse l'esistenza di messaggi aventi contenuto non ammesso, il contratto è risolto di diritto, fatto salvo il risarcimento del maggior danno.

Art. 8 Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Le somme introitate a titolo di corrispettivo della sponsorizzazione ovvero i minori oneri sostenuti per l'acquisto di beni, servizi o la realizzazione di opere, per effetto del ricorso alla sponsorizzazione, sono considerate risparmi di spesa, da utilizzare per le seguenti finalità:

- il 35 % è destinato alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività del personale dipendente del servizio coinvolto;
- il 65 % è destinato al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.

Art. 9 Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

L'amministrazione 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 opportunità generale o di lesione della propria immagine
- d) ove intervengano modifiche normative.

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 armi, 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 della L. n. 196/2003

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla 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 contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini Iva e soggetta ad aliquota di legge. Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad Iva di legge" e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo di Iva. L'ufficio ragioneria dell'Ente provvederà ad emettere apposito documento fiscale.

Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di competenza erariale per Iva.

In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor all'ente del valore del servizio o del bene, soggetta ad Iva, e la fatturazione dell'ente allo sponsor di un pari importo, sempre soggetta ad Iva, per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor.

Art. 12 Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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. 13 Norme comuni

Per quanto non previsto dal presente Regolamento si fa riferimento alle norme vigenti in materia.