

REGOLAMENTO COMUNALE

PER LA GESTIONE DELLE

SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione di CC. N. 89 del 27/12/2006

ART.1 OGGETTO E FINALITA'

1. Il Comune può assumere, nell'ambito di una iniziativa di sponsorizzazione, sia la posizione di sponsee al fine di realizzare un beneficio in termini di maggiori entrate per l'Ente o di minori costi della singola iniziativa attivata, sia nel ruolo di sponsor qualora ritenga importante la divulgazione della propria immagine in relazione ad un evento significativo dal punto di vista dell'interesse pubblico seppur organizzato e gestito da un privato.
2. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione comunale.
3. Il presente regolamento, con riferimento alle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali, approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, si prefigge lo scopo 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.
4. Le iniziative di sponsorizzazione incentivano e promuovono una più spiccata innovazione nell'organizzazione tecnica ed amministrativa dell'Ente, realizzando maggiori economie di spesa ed una migliore qualità nei servizi erogati alla collettività.

ART.2 DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

- Per “**contratto di sponsorizzazione**”: un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o a fornire una predeterminata prestazione di beni e servizi a fronte della possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il proprio nome, logo, o marchio, ecc.;
- Per “**sponsorizzazione**”: ogni contributo in beni o servizi, denaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- Per “**sponsor**”: ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- Per “**spazio pubblicitario**”: lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

ART.3 SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo delle procedure previste dal nuovo codice degli appalti Dlgs 12 aprile 2006, n.163 preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito bando nei limiti dettati dalla normativa vigente.
2. Al bando anzidetto è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggior conoscenza e partecipazione compatibili con la normativa vigente. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.

3. L'avviso, di cui ai precedenti commi, contiene in particolare i seguenti dati:
 - a) L'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario;
 - b) L'esatta determinazione dello spazio utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - c) Le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione determinato secondo le modalità indicate nell'avviso;
 - c) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere autocertificazioni accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti: per i soggetti privati, se persone fisiche:
 - L'inesistenza della condizione di incapacità 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);
 - La non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

Se persone giuridiche oltre alle autocertificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti; Per i soggetti pubblici dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

6. L'offerta dovrà, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
7. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria e valutazione di una commissione di tre componenti definita in seno all'area o settore proponente, è approvata con determinazione del dirigente/responsabile del settore competente tenuto conto di quanto previsto dal successivo art. 6 del presente regolamento.
8. Ove pervengano più offerte, con l'atto anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione. La graduatoria è formata in ragione della maggior utilità economica per il Comune.
9. In ragione della particolarità del contratto, quando il valore del medesimo non sia superiore al limite stabilito dalla normativa in materia contrattuale, si può provvedere all'affidamento mediante trattativa privata diretta.

ART.4

INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE PER LE QUALI E'AMMESSA LA PUBBLICITA' E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi su documentazione del Comune, su manifesti o spazi pubblicitari in genere, sono individuate di norma nell'ambito degli obiettivi assegnati ai dirigenti/responsabili di settore dal piano esecutivo di gestione o, in corso di esercizio, sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla giunta comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal dirigente stesso.

2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, le progettazioni, le attività anche di carattere ordinario e manutentivo comprese le forniture di beni e servizi poste a carico dell'amministrazione compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale e sportivo promossi, gestiti od organizzati dal comune o suo concessionario od affidatario.
3. La gestione delle sponsorizzazioni sarà regolata da apposito contratto nel quale verranno stabiliti in particolare:
 - a) Il diritto per lo sponsor alla pubblicità esclusiva o "non esclusiva" nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b) Le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c) La durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) La forma di corrispettivo per la sponsorizzazione.
4. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato alla sottoscrizione del contratto o nel caso di fornitura di beni e servizi secondo le prescrizioni indicate nell'avviso pubblico. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento. In caso di inadempimento contrattuale risultano applicabili le norme vigenti e le eventuali penali stabilite dallo stesso avviso pubblico.

ART. 5

UTILIZZO DEL CORRISPETTIVO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della giunta comunale, su proposta del dirigente/responsabile interessato alla realizzazione del progetto stesso.
3. Le iniziative o attività supportate dalle sponsorizzazioni possono in alternativa produrre risparmi di spesa nel rispetto delle prescrizioni di legge e dei regolamenti vigenti.

ART.6

DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, può rifiutare la sponsorizzazione offerta qualora:
 - ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
 - propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART.7
GARANZIE E RESPONSABILITA'

1. Lo sponsor è tenuto a versare una cauzione del 5% del valore della fornitura di beni o servizi che verrà restituita a seguito dell'adempimento contrattuale. Nel caso di sopraggiunta impossibilità di esecuzione della fornitura di beni o servizi pattuita, lo sponsor ne garantisce la realizzazione attraverso una soluzione alternativa gradita e concordata con l'Amministrazione stessa.
2. L'amministrazione è sollevata da qualsiasi responsabilità per attività dello sponsor non necessariamente collegate al presente contratto ed alla sua esecuzione.

ART.8
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. 13 della legge 31.12.1996, n. 675 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il comune di Novate Milanese in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali che applicano il 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.9
RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal comune nei modi precisati dall'art. 4 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.
3. In tale eventualità l'affidatario è scelto mediante procedura ad evidenza pubblica.

ART.10
ASPETTI CONTABILI E FISCALI

1. Le risorse individuate come maggiori entrate sono contabilizzate tra le entrate extratributarie al titolo III, categoria 5 – proventi diversi. Le risorse individuate quali minori spese sono comunque contabilizzate a bilancio in entrata e in spesa per pari importo, al fine di consentire il regolarizzo contabile ed il rispetto della normativa fiscale.

2. Le risorse individuate come minori spese e consistenti nella fornitura da parte dello sponsor di beni ammortizzabili sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto d'ammortamento economico.
3. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono altresì contabilizzate nel rendiconto nel rispetto della normative e dei principi contabili vigenti.
4. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette alla normativa fiscale sulle imposte dirette, per quanto applicabili, sulle imposte indirette e sui tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.
5. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore del servizio o del bene, soggetta ad Imposta sul valore aggiunto, e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad I.V.A. , per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor.
6. Nel caso in cui oggetto di sponsorizzazione sia la manutenzione di un'area verde appartenente al demanio o al patrimonio disponibile, l'amministrazione dovrà accertare una entrata COSAP e non un corrispettivo derivante da operazione permutativa, dunque non rilevante ai fini IVA, fatta salva la previsione di apposita esenzione per questa fattispecie nel regolamento di competenza.

ART.11

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. I risparmi di spesa di cui al comma 1 sono utilizzati per le seguenti finalità:
 - Nella misura del 22% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e la produttività ai sensi dell'art.15 del CCNL 1.4.99 e art.4 CCNL 5.10.2001 e modificazioni ed erogate al personale che direttamente ha lavorato sul procedimento di sponsorizzazione;
 - Nella misura del 8% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza ai sensi dell'art.26 del CCNL del 23.12.99 e modificazioni ed erogate al personale che direttamente ha lavorato sul procedimento di sponsorizzazione;
 - Nella misura del 50% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - La restante quota del 20% costituisce economia di bilancio.

ART.12

VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio comunale titolare del progetto, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di controllo sono notificate allo sponsor producono gli effetti specifici prescritti nel contratto di sponsorizzazione.

ART.13
DISPOSIZIONI FINALI

1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge vigenti in materia. In particolare si fa rinvio per le opere di manutenzione del verde insistente su strade, rotatorie, incroci ed aree pubbliche allo schema di accordo di sponsorizzazione deliberato dalla giunta comunale con atto n.35 del 15.02.2005 che costituisce allegato al presente regolamento e da questo risulta integrato.
2. Sono abrogate le norme regolamentari vigenti che risultino in contrasto con quanto disposto dal presente regolamento.
3. Il regolamento entra in vigore contestualmente alla delibera di approvazione .