

COMUNE DI AGRATE BRIANZA
Provincia di Milano

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

Approvato con deliberazione consiliare n. 36 in data 3.6.2008

IL SINDACO

(Poletti Adriano)

IL SEGRETARIO GENERALE

(Giuseppe dr. Mendicino)

INDICE

Art. 1.	FINALITA'	pag.	3
Art. 2.	CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI...	pag.	3
Art. 3.	DEFINIZIONI	pag.	3
Art. 4.	PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR	pag.	4
Art. 5.	INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE.	pag.	5
Art. 6.	CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE	pag.	5
Art. 7.	UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI	pag.	6
Art. 8.	DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI	pag.	6
Art. 9.	TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI	pag.	7
Art. 10.	ASPETTI FISCALI	pag.	7
Art. 11.	VERIFICHE E CONTROLLI.....	pag.	7
Art. 12.	RISERVA ORGANIZZATIVA	pag.	7

Art. 1 **Finalità**

1 - Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 27.12.97 n. 449, nell'art. 119 del D.Lgs. 18.08.2000 n. 267 e loro s.m.i., nell'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, e nell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999.

2 - Le iniziative e/o gli eventi comunali oggetto di sponsorizzazione devono:

- essere diretti al perseguimento di interessi pubblici;
- produrre una migliore qualità dei servizi istituzionali.
- escludere forme di conflitto d'interesse tra l'attività pubblica e l'attività privata;
- favorire l'innovazione degli aspetti organizzativi dell'attività pubblica;
- comportare risparmi di spesa attraverso la realizzazione di maggiori economie;

3 - La sponsorizzazione di opere pubbliche è soggetta ai disposti dell'art. 26, del Decreto Legislativo 12 aprile 2006 nr. 163 e s.m.i.

Art. 2 **Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**

1 - I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, enti e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi dell'Amministrazione Comunale finanziati con oneri a carico del bilancio dell'ente.

2 - 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.

3 - Il risultato della sponsorizzazione si concretizza anche quando venga finanziata la realizzazione di iniziative innovative, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività non inserite nei programmi di spesa a carico dell'ente, purché l'intervento si qualifichi ai sensi dell'art. 119 del D.Lgs. 18.08.2000 n. 267 e s.m.i.

4 - Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti e le attività dell'Amministrazione Comunale.

5 - Presupposto del ricorso al finanziamento a mezzo delle sponsorizzazioni è il progetto dell'iniziativa o dell'evento approvato dalla Giunta Comunale. In tale progetto, nella voce budget - parte entrata, deve essere indicato l'importo che sarà oggetto di reperimento dalle sponsorizzazioni.

Art. 3 **Definizioni**

1 - Ai fini del presente regolamento si intende:

- a. per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Agrate Brianza (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o una prestazione di servizi, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti e/o i servizi in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;

- b. per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, denaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;
- c. per "**sponsor**": il soggetto privato (persona fisica o giuridica), ente o associazione senza fine di lucro che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Agrate Brianza;
- d. per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione del Comune di Agrate Brianza per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

- 1 - La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo procedura negoziata.
- 2 - All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, e/o invio eventuale alle associazioni di categoria e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione da parte dei potenziali sponsor.
- 3 - L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a. l'oggetto e la finalizzazione della sponsorizzazione (es.: miglioramento dei servizi erogati alla cittadinanza, innovazione organizzativa, ecc.), ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione o del capitolato prestazionale;
 - c. i vantaggi per lo sponsor (es.: platea potenziale, bacino di diffusione del massaggio pubblicitario, ecc.);
 - d. l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario, cioè gli impegni dell'Amministrazione Comunale per la veicolazione del marchio, nome, logo dello sponsor;
 - e. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
- 4 - L'offerta presentata in forma scritta dallo sponsor deve indicare:
 - a. gli interventi, i servizi, le prestazioni, i beni, le attività o gli eventi che si intende sponsorizzare;
 - b. l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione o nel capitolato prestazionale;
- 5 - L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a. per le persone fisiche:
 - l'inesistenza di condizioni ostative a contrattare con la Pubblica Amministrazione, di cui agli artt. 120 e segg. della Legge 24.11.1981 n. 689 e s.m.i., 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 per imprese);
 - il possesso dei necessari requisiti di qualificazione per l'esecuzione di lavori pubblici sulla base dei disposti del D.P.R. 25.01.2000 n. 34 e s.m.i. (solo per imprese e nel caso di prestazioni connesse all'esecuzione di lavori pubblici);
 - la non rappresentanza di 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.

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 Settore che organizza l'iniziativa, l'evento o programma gli interventi, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione o nel capitolato prestazionale.

8 - Sono esclusi da accordi di collaborazione e da contratti di sponsorizzazione quei soggetti privati, ditte, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie o conflitti di natura giuridica con il Comune di Agrate Brianza.

9 - Nel caso in cui non pervenga alcuna offerta, l'Amministrazione Comunale è autorizzata, senza alcuna formalità, ad attivare contatti direttamente con potenziali soggetti interessati al progetto di sponsorizzazione.

10 - Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore che organizza l'iniziativa, l'evento o programma gli interventi; con la stipula del contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto di sponsorizzazione o nel capitolato prestazionale.

Art. 5

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

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

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.

3 - Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione

Art. 6

Contratto di sponsorizzazione

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

- a. il diritto, per il soggetto privato o pubblico, alla sponsorizzazione "non esclusiva" dell'iniziativa;
- b. le forme di promozione, comunicazione, pubblicità e pubbliche relazioni;
- c. la durata del contratto ed il corrispettivo della 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 l'iniziativa non venga realizzata o la sua durata debba essere inferiore al 50% del tempo previsto, fermo restando che il soggetto sponsorizzante è sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale in ordine alla preparazione ed al successivo svolgimento della manifestazione o all'allestimento ed alla conduzione del cantiere.

Art. 7

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1 - Le somme che risultano non utilizzate o non stanziati a seguito di una sponsorizzazione, sono considerate risparmi di spesa.

2 - I risparmi di spesa di cui al comma 1, previa variazione di bilancio o di PEG, devono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 30 % sono destinate all'incremento del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 sino ad un importo massimo complessivo di 15.000,00 (quindicimila) euro soggetto annualmente ad aggiornamento ISTAT;
- b) nella misura del 30 % sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali o costituiranno economie di bilancio;
- c) la restante quota del 40% costituisce economia di bilancio.

3 - Qualora le sponsorizzazioni avvengano con la cessione di beni, servizi, o realizzazione di lavori pubblici, il calcolo delle quote viene effettuato sul valore dei beni, servizi o opere sulla base di una perizia redatta dall'ufficio competente;

Art. 8

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1 - 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.

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
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 ai sensi del D.Lgs. 30 giugno 2003 nr. 196

3 - Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Agrate Brianza nella 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.

Art. 10
Aspetti fiscali

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, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

2- Si applica la normativa in materia di imposte sul reddito (IRES), di imposta sul valore aggiunto (IVA) e in materia di tributi locali, per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

3 – In particolare, qualora il corrispettivo sia costituito esclusivamente da somme di denaro, il Comune provvederà ad emettere fattura, a titolo di sponsorizzazione, per l'importo corrispondente.

4- Nel caso in cui il corrispettivo pattuito venga erogato parte in denaro e parte in natura o integralmente corrisposto sotto forma di fornitura di beni, servizi o lavori è fatto obbligo di operare la doppia fatturazione, ovvero l'impresa sponsor provvederà a emettere fattura al Comune per l'importo dei beni, servizi o lavori secondo quanto stimato nel contratto di sponsorizzazione, di converso il Comune rilascerà fattura per l'intero corrispettivo spettante a titolo di sponsorizzazione includendo anche la parte "in natura".

In tal caso la sponsorizzazione si configura come una operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'IVA secondo quanto previsto all'art. 11 del DPR 26.10.1972, n. 633.

5- L'esposizione di cartelli pubblicitari è in ogni modo soggetta all'applicazione dell'imposta comunale sulla pubblicità a carico dello sponsor.

Art. 11
Verifiche e controlli

1 - 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.

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. 12
Riserva organizzativa

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

2 - E' tuttavia facoltà dell'Amministrazione Comunale, 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
Decorrenza

1 - Il presente regolamento avrà decorrenza dal 1 giugno 2008.