



COMUNE DI BRUINO

PROVINCIA DI TORINO - C. A. P. 10090

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 45 del 21/7/2011

Depositato presso la Segreteria Comunale alla libera visione del pubblico dal 19/8/2011 al 3/9/2011

In vigore dal 1° OTTOBRE 2011

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del Decreto Legislativo. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro del personale delle Regioni – Autonomie Locali dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001.
2. Le iniziative di sponsorizzazione incentivano e promuovono l'innovazione nell'organizzazione e favoriscono la realizzazione di maggiori economie di spesa, nonché una migliore qualità dei servizi erogati alla collettività.

Art. 2 – Definizioni.

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per “**contratto di sponsorizzazione**”: un contratto mediante il quale il Comune di Bruino (*sponsee*) si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative, a diffondere, tramite prestazioni di veicolazione, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, il nome, il logo, i marchi di un soggetto terzo (*sponsor*) che si obbliga a fornire una determinata prestazione quale corrispettivo;
 - b) per “**sponsorizzazione**”: ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il proprio nome, logo o marchio;
 - c) per “**sponsor**”: il soggetto che si assume l'obbligo di corrispondere un determinato contributo o prestazione di servizi o fornitura di beni in cambio della veicolazione del proprio nome, logo o marchio;
 - d) per “**spazio pubblicitario**”: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messi a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor. Qualora si utilizzino cartelli da porre lungo le strade, gli spazi o supporti non potranno avere i colori che contraddistinguono i cartelli di pericolo del Codice della Strada. Il loro posizionamento deve rispettare i parametri fissati dal C.d.S., e dovranno essere acquisiti, qualora ne ricorrano le condizioni, i previsti nulla-osta da parte degli enti pubblici interessati.

Art. 3 – Condizioni

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) Il perseguimento di interessi pubblici,
 - b) L'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata,
 - c) La compatibilità e la consonanza alla natura istituzionale del Comune,
 - d) Il conseguimento di risparmi di spesa o l'acquisizione di entrate.

Art. 4 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, costituite con atto notarile, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa dell'ente.
2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nel reperimento di risorse economiche alternative oppure 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. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi annuali assegnati al Responsabile. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione.

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. Nell'ambito del PEG o della delibera della giunta saranno anche individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La sponsorizzazione è preceduta dalla stesura di un progetto, redatto dal Responsabile del settore competente, contenente la descrizione dell'attività, le prestazioni richieste allo sponsor ed i benefici (in termini di veicolazione dell'immagine) offerti dall'Amministrazione, la durata e le clausole di tutela rispetto ad eventuali inadempienze.
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedure che assicurino la trasparenza e la più ampia partecipazione degli interessati (sponsor) preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio Digitale, inserimento nel sito internet del Comune, e/o in altre forme ritenute di volta in volta più opportune per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
 - l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
 - le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
5. I soggetti i(sponsor) in possesso dei requisiti previsti dall'art. 26, comma 1, ultimo capoverso D. Lgs 163/2006 s.m.i., presentano offerta in forma scritta che deve indicare:
 - il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
 - l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.
1. 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.
2. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del settore competente, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione dallo stesso predisposto.
3. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del settore competente.

Art. 7 – Affidamento diretto

1. Potrà procedersi all'affidamento diretto delle sponsorizzazioni in caso di avvisi che non abbiano ottenuto riscontro ed in casi eccezionali adeguatamente motivati, legati all'urgenza e/o alla particolare natura dell'evento i cui contenuti giustifichino la partecipazione di soggetti determinati.
2. Per le situazioni riferibili a casi eccezionali motivati dall'urgenza e/o dalla particolare natura dell'evento, gli affidamenti diretti sono ammessi per progetti fino ad un importo massimo di € 20.000,00.

Art. 8 – Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

1. L'Amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative comunali, manifestino spontaneamente la loro volontà.
2. Le proposte di sponsorizzazione, valutate con decisione della Giunta Comunale, devono evidenziare le forme del supporto e il valore del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.
3. Le sponsorizzazioni acquisite secondo le modalità di cui al comma 1, dovranno rispettare i criteri previsti dal presente regolamento sia nei contenuti sia per gli aspetti riferibili al perfezionamento del rapporto contrattuale.

Art. 9 - Contratti di sponsorizzazione aventi come corrispettivo la realizzazione di opere.

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche l'esecuzione di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.
2. I contratti stipulati nel rispetto delle previsioni di cui al precedente comma 1 contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.
3. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
4. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori di lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Art. 10 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il ricorso alla sponsorizzazione viene formalizzato con la sottoscrizione di apposito atto di natura contrattuale, nel quale risultano stabiliti:
 - a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - b) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - e) il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - f) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
 - g) il recesso unilaterale dell'ente nel caso in cui lo sponsor ponga in essere comportamenti sconvenienti, non appropriati e che ledano l'immagine del Comune.
2. Sono a carico dello sponsor tutte le spese relative alla stipulazione del contratto, compresa l'eventuale registrazione in caso d'uso.

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 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
- a) nella misura del 20% sono destinati alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'11.4.1999, con destinazione alla generalità dei dipendenti;
 - b) nella misura del 10% sono destinati all'implementazione della produttività con destinazione riservata al gruppo di lavoro di ciascun singolo progetto di sponsorizzazione;
 - c) la restante quota del 70% costituisce economia di bilancio.

Art. 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. La Giunta 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. 13 - Versamento del corrispettivo

1. Salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito nella misura del 50% al momento della sottoscrizione del contratto, e nella misura del restante 50% a conclusione dell'evento.

Art. 14 - 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 dei dati è il Comune di Bruino in persona del suo Sindaco pro tempore che nomina 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. 15 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" coincide con il risparmio di spesa ottenuto dal Comune, che può corrispondere all'intero stanziamento od ad una quota dello stesso.

2. Qualora la prestazione si configuri dal punto di vista fiscale, agli effetti dell'IVA, come operazione permutativa riconducibile all'ambito applicativo dell'art. 11, primo comma, del D.P.R. 633/72, la stessa sconterà l'applicazione dell'IVA in maniera separata ed autonoma e, sia il Comune che lo sponsor, saranno tenuti ad emettere fattura, ai sensi dell'art. 21 del citato D.P.R. 633/72, in relazione all'operazione attiva da ciascuno effettuata, indicando il valore normale, così come determinato dall'art. 14, terzo comma, del medesimo D.P.R. 633/72.
3. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 16 - 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. 17 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Bruino 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.

...

INDICE

Art. 1 – Finalità.....	2
Art. 2 – Definizioni.	2
Art. 3 – Condizioni.....	2
Art. 4 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari.....	2
Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	2
Art. 6 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	3
Art. 7 – Affidamento diretto.....	3
Art. 8 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor.....	3
Art. 9 - Contratti di sponsorizzazione aventi come corrispettivo la realizzazione di opere.	4
Art. 10 - Contratto di sponsorizzazione.....	4
Art. 11 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni.....	4
Art. 12 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	5
Art. 13 - Versamento del corrispettivo	5
Art. 14 - Trattamento dei dati personali	5
Art. 15 - Aspetti fiscali	5
Art. 16 - Verifiche e controlli.....	6
Art. 17 - Riserva organizzativa.....	6