



COMUNE DI ROSATE

Provincia di Milano

REGOLAMENTO

PER LA DISCIPLINA

E LA GESTIONE DELLE

SPONSORIZZAZIONI

E DELLE EROGAZIONI LIBERALI

Approvato con deliberazione C.C. n. 28 del 29/11/2005

Art. 1 – Finalità

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'Amministrazione Comunale.

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

Art. 2 – Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a. per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Rosate (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, esulando dall'ambito di applicazione della tassa sulla pubblicità;
- b. per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, danaro 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) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Rosate;
- d. per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Rosate per la pubblicità dello sponsor;
- e. per "**erogazione liberale**": ogni erogazione liberale di somme o di beni in denaro, di modico valore, da parte di imprese e/o privati senza che ad essa corrisponda alcuna prestazione da parte del Comune beneficiario;

Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

La scelta dello sponsor è effettuata mediante gara ufficiosa preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso. Qualora per ragioni organizzative non si riesca a programmare per tempo l'iniziativa, e lo spazio pubblicitario sia limitato, è possibile che la scelta dello sponsor avvenga in seguito ad offerta spontanea o trattativa diretta, dovendovi in ogni caso procedere agli adempimenti di cui ai successivi commi 4, 5, o 6

All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, e/o invio alle associazioni di categoria e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor;
- l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- le modalità termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta dove lo sponsor deve indicare:

- il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;

- l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni 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 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.

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.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Settore che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nell'avviso.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile. 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.

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. 5 - Contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante:

- il contenuto dell'avviso di cui all'art. 2 del presente regolamento nel caso di sponsorizzazioni di importi singolarmente non superiori a € 10.000.=; il rapporto sinallagmatico si perfeziona con la comunicazione della riversale d'incasso da parte del Comune.
- sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - gli obblighi assunti a carico dello sponsor;

- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del contratto di sponsorizzazione è a carico dello sponsor.

Art. 6 – Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune è realizzata nei seguenti modi:

- nel caso di manifestazioni o progetti di tipo culturale, sportivo e sociale, finanziati con risorse derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, periodico comunale, tabelloni, ecc);
- nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'arredo urbano, il Comune realizzerà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, ad esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni

Art. 7 - Erogazioni Liberali

Le erogazioni liberali possono essere spontanee ovvero sollecitate attraverso un avviso reso pubblico mediante affissione all'Albo Pretorio, invio ai soggetti potenzialmente interessati ovvero altri mezzi ritenuti idonei. L'Avviso deve rendere noto che a fronte dell'erogazione liberale non corrisponde alcuna prestazione da parte del Comune. Trattandosi di atti unilaterali, l'erogazione liberale non necessita di un contratto tra le parti, essendo sufficiente la riversale d'incasso del Comune con la quale viene riconosciuto e recepito il finanziamento.

Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o erogazione liberale qualora:

- ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

Sono in ogni caso escluse le 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 le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 9 - 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 1 del Decreto Legislativo n° 196/2003 e successive modificazioni. Potranno chiedere, in particolare, che le proprie sponsorizzazioni ed erogazioni liberali rimangano riservate e non siano diffuse a terzi.

Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Rosate in persona del suo Sindaco che nomina uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

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. 10 - Aspetti fiscali

L'erogazione liberale è rilevante ai fini fiscali.

Per le sponsorizzazioni occorre distinguere:

- se l'attività di sponsorizzazione è occasionale, i corrispettivi percepiti a seguito di tale prestazione restano esclusi dal campo di applicazione dell'IVA;
- se la prestazione di sponsorizzazione, pur occasionale, si manifesta connessa ad altra prestazione avente carattere commerciale i corrispettivi sono rilevanti ai fini IVA

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.

Il Comune emette fattura allo sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto. Qualora la sponsorizzazione venga effettuata con lavori, servizi e beni, lo sponsor provvederà a fatturare al Comune l'importo stimato, con il contratto di sponsorizzazione, del valore dei lavori, servizi o dei beni. A sua volta il Comune provvederà ad emettere fattura per uguale importo, a titolo di sponsorizzazione.

Art. 11 - Verifiche e controlli

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.

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

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

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.