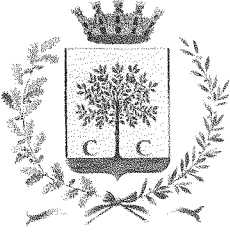


ORIGINALE



CITTA' DI CEREА

PROVINCIA DI VERONA

UFFICIO ATTIVITA' ECONOMICHE

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

Allegato alla delibera di Consiglio Comunale
N. 11 del 28-3-07

IL SEGRETARIO GENERALE
Dott. LUIGI ADDEO




IL PRESIDENTE
BRASOLI

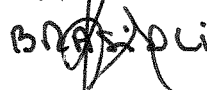
INDICE

- Art. 1 - Finalità
- Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari
- Art. 3 Definizioni
- Art. 4 - Sollecitazioni e manifestazioni di interesse per sponsorizzazioni
- Art. 5 - Pubblicizzazione della volontà dell'Amministrazione Comunale di stipulare contratti di sponsorizzazione
- Art. 6 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor
- Art. 7 - Individuazione dello sponsor
- Art. 8 - Individuazione delle iniziative dello sponsor
- Art. 9 - Struttura e contenuti principali del contratto di sponsorizzazione
- Art. 10- Utilizzo delle sponsorizzazioni come elemento valutativo ulteriore nelle gare di appalto per particolari servizi
- Art. 11- Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Art. 12- Trattamento dei dati personali
- Art. 13- Aspetti fiscali
- Art. 14- Verifiche e controlli
- Art. 15- Riserva organizzativa
- Art. 16- Amministrazione in qualità di Sponsor
- Art. 17- Tutela dei marchi
- Art. 18- Rinvio a disposizioni di legge
- Art. 19- Entrata in vigore

IL SEGRETARIO GENERALE
Dot. LUIGI ADDEO



IL PRESIDENTE
BORGHI



Art. 1 Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione contenute all'art. 43 della Legge n. 449/1997, dell'art. 119 del D. Lgs. N. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL del 01.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 05.10.2001.
2. le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e pubblici, per realizzare interventi o acquisire a titolo gratuito servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari 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. 3 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "**contratto di sponsorizzazione**" un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (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, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
 - 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.

Art. 4 Sollecitazione a manifestazioni di interesse per sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione comunale sollecita le manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione di propri progetti, iniziative o interventi mediante un avviso ufficiale al quale è data la massima pubblicità;
2. L'avviso per sollecitare le manifestazioni d'interesse alle sponsorizzazioni è predisposto dall'Amministrazione con riferimento ai seguenti elementi essenziali:
 - a) descrizione dell'attività sponsorizzata;
 - b) valore della sponsorizzazione;

IL SEGRETARIO GENERALE

[Firma illeggibile]



IL PRESIDENTE
BRASOLI

- c) vantaggi potenziali per lo sponsor;
 - d) obblighi generali dello sponsor;
 - e) prestazioni principali per la veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte del soggetto sponsorizzato - sponsee;
 - f) procedura per la formalizzazione del contratto.
3. Le sponsorizzazioni potranno anche essere reperite dal Comune con procedimenti semplificati in comunicazioni a ditte o a soggetti privati interessati, a seconda del tipo di manifestazione, di servizio o di attività nel rispetto del criterio della trasparenza e par condicio.

Art. 5 Pubblicizzazione della volontà dell'Amministrazione Comunale di stipulare contratti di sponsorizzazione.

1. L'Amministrazione Comunale pubblica gli avvisi nei quali esplicita la propria volontà di stipulare contratti di sponsorizzazione facendo ricorso a:
- a) comunicazioni specifiche ad associazioni di categoria od imprenditoriali;
 - b) pubblicazioni integrali degli stessi sul proprio e su altri siti internet;
 - c) comunicazioni specifiche inoltrate a soggetti già in relazione con l'Amministrazione per contratti di pubblicità o che abbiano in precedenza manifestato l'interesse ad assumere il ruolo di sponsor;

Art. 6 Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

1. L'Amministrazione Comunale può pervenire alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati che manifestano spontaneamente la loro intenzione di assumere il ruolo di sponsor di progetti e iniziative;
2. Le proposte di sponsorizzazione presentate ai sensi del precedente comma 1 devono specificare il valore presumibile del corrispettivo delle attività di veicolazione pubblicitaria e le forme con le quali il medesimo corrispettivo viene reso.

Art. 7 Individuazione dello sponsor

1. L'individuazione dei qualificati soggetti scelti dall'Amministrazione come sponsor di propri progetti, iniziative od interventi è da questa effettuata mediante specifici provvedimenti, sia con riferimento alle procedure di selezione, sia con riguardo ai casi nei quali il rapporto si forma sulla base del recepimento delle manifestazioni di interesse spontaneo.

Art. 8 Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per la 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 nei capitoli di spesa ordinaria.

IL SEGRETARIO GENERALE

Dot. LUIGI ADDEO



IL PRESIDENTE

BRASOLI

Art. 9. Struttura e contenuti principali del contratto di sponsorizzazione

1. Qualora l'Amministrazione perviene alla formalizzazione di rapporti nei quali opera come soggetto sponsorizzato-sponsee, il contratto di sponsorizzazione o l'accordo ad esso assimilabile è impostato, facendo riferimento ai seguenti elementi:
 - a) finalizzazioni generali della sponsorizzazione;
 - b) definizione dettagliata degli obblighi dello sponsor e del soggetto sponsorizzato-sponsee;
 - c) definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo, realizzabile con finanziamento, messa a disposizione di beni o servizi, esecuzione di lavori;
 - d) indicazione di clausole specifiche inerenti il particolare rapporto contrattuale;
 - e) definizione dettagliata della disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
 - f) definizione dettagliata delle forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
 - g) precisazione delle clausole inerenti la risoluzione del contratto e delle controversie.
2. Quando l'Amministrazione abbia individuato come corrispettivo della sponsorizzazione l'esecuzione di lavori, i contratti a tal fine stipulati contengono anche 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. I soggetti che eseguono i lavori nell'ambito dei contratti di cui al precedente comma 2, siano essi gli sponsor o soggetti individuati, devono comunque possedere la qualificazione per la realizzazione delle opere, ai sensi della normativa vigente.

Art. 10 Utilizzo delle sponsorizzazioni come elemento valutativo ulteriore nelle gare di appalto per particolari servizi.

1. L'Amministrazione comunale può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione dei contratti per appalti di servizi (contratti attivi), specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione.
2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

Art. 11 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 all'Ente o alla collettività 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;

IL SEGRETARIO GENERALE

[Handwritten signature]



IL PRESIDENTE
BRASOLI

- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale o alla promozione e all'uso di sostanze proibite;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni delle sponsorizzazioni di cui al comma 1.

Art. 12 **Trattamento dei dati personali**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 7 del D. Lgs. 30.06.2003, n. 196.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Cerea in 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. 13 **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. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.
Nel caso in cui lo sponsor si impegna a corrispondere una somma in denaro a fronte dell'obbligo, da parte del Comune, di veicolare il nome o il marchio, si realizza una prestazione commerciale rilevante ai fini IVA e soggetta all'applicazione dell'IVA ai sensi dell'art. 4, comma 2 del D.P.R. 633/1972.
Qualora 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 all'IVA, per il valore del messaggio pubblicitario concesso allo sponsor, dando luogo ai fini IVA ad una operazione permuta ai sensi dell'art. 11, comma 1 del D.P.R. n. 633/1972.
3. Le iniziative derivanti da contratto di sponsorizzazione sono soggette, oltre che alla normativa fiscale sulle imposte dirette (IVA, ecc.), anche a quella sui tributi comunali (Imposta Comunale sulla Pubblicità, Tassa occupazione Spazi ed Aree Pubbliche, ecc.) per la cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

Art. 14 **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.

IL SEGRETARIO GENERALE

Dott. LUIGI ADDEO



IL PRESIDENTE
BRASOLI

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. 15 Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Amministrazione Comunale secondo la disciplina 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 delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 16 Amministrazione in qualità di sponsor

1. L'Amministrazione Comunale può essa stessa assumere la veste di sponsor, veicolando la propria immagine verso il pubblico, attraverso il sostegno, finanziario o di altra natura, di particolari manifestazioni od iniziative di carattere culturale, sociale o educativo, ritenute di volta in volta, rilevanti al fine del raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sociale, civile e culturale dei cittadini.
2. L'eventuale corrispettivo, consistente in servizi o contributi in conto esercizio, deve essere in ogni caso previsto nel Settore competente e allocato in opportuna posta del PEG. Il Responsabile di Settore competente, sulla base delle indicazioni della Giunta, provvederà alla imputazione economica, mediante sottoscrizione di apposito contratto con lo sponsee.

Art. 17 Tutela dei marchi

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Amministrazione comunale prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. L'Amministrazione comunale può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative ai propri segni distintivi, qualificando con appositi atti lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Art. 18 Rinvio a disposizioni di legge

1. Per tutto quanto non disposto nel presente regolamento si applicano le vigenti disposizioni di legge in materia.

Art. 19 Entrata in vigore

1. Il presente regolamento viene pubblicato all'albo pretorio per 15 giorni consecutivi ed entra in vigore ai sensi del D. Lgs. 267/00.

IL SEGRETARIO GENERALE

[Handwritten signature]



IL PRESIDENTE
[Handwritten signature]

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..