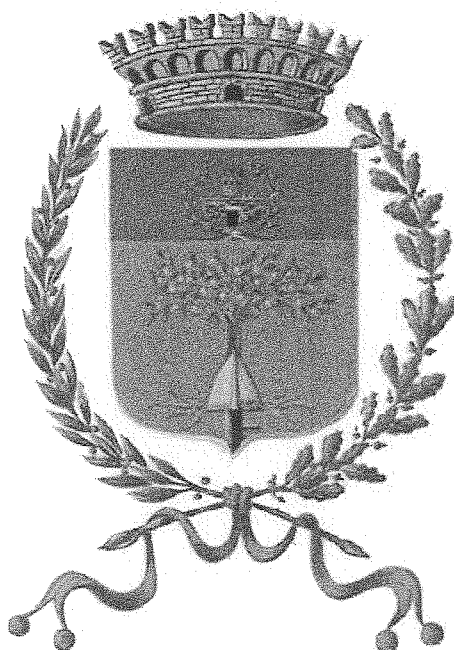


# Comune di Pontinia

Provincia di Latina



## Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

Approvato con deliberazione CC n. 79 del 29 NOV. 2011

## **Indice degli articoli**

Articolo 1 – Definizioni

Articolo 2 – Progetto di sponsorizzazione

Articolo 3 – Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione

Articolo 4 – Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

Articolo 5 – Procedura di scelta dello sponsor da parte dell'Ente

Articolo 6 – Contenuti del contratto di sponsorizzazione

Articolo 7 – Aspetti contabili

Articolo 8 – Aspetti fiscali

Articolo 9 – Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni

Articolo 10 – Verifiche e controlli

Articolo 11 – Trattamento dei dati personali

Articolo 12 – Rinvio

## **Art. 1 – Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) Per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto pubblico o privato (sponsor) si obbliga a versare una somma di denaro o a fornire beni o servizi a titolo gratuito a favore dell'Ente (sponsee), che a sua volta si impegna, nell'ambito delle proprie iniziative destinate al pubblico, a diffondere il nome dello sponsor tramite prestazioni accessorie di veicolazione del marchio, del logo o di altri messaggi a favore dello sponsor.  
Dal contratto lo sponsee deve pertanto conseguire un corrispettivo in denaro oppure un risparmio di spesa nella realizzazione di un'iniziativa oppure un'opera di pubblico interesse.
- b) Per "sponsor" il soggetto che, al fine di incrementare la notorietà dei propri segni distintivi, corrisponde finanziamenti o altre utilità allo sponsee perché svolga il ruolo di veicolatore a fini pubblicitari del segno distintivo individuato dallo sponsor stesso.
- c) Per "sponsee" il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor in modi previsti da contratto.

## **Art. 2 – Progetto di sponsorizzazione**

1. Sulla base delle linee di indirizzo definite dal Consiglio Comunale, il Responsabile del settore interessato predisponde un apposito progetto di sponsorizzazione, finalizzato ad individuare le possibili iniziative da attivare in seguito ad un'analisi di mercato.

2. A seconda della natura del mezzo a cui è affidata la veicolazione, i progetti di sponsorizzazione si suddividono in 2 macrotipologie:

a) Sponsorizzazioni dove il mezzo è rappresentato da un evento:

1. Sponsorizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali...;
2. Cura di aree verdi affidate a ditte (es. con esposizione del marchio sponsor presso l'area verde curata dall'Ente a spese della ditta o direttamente dalla ditta stessa);
3. Servizi di manutenzione e altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (es. illuminazioni natalizie, pulizia giardini, pulizia scuole e palestre...)
4. Fornitura di beni (es. panchine, cestini gettacarta, fioriere, rastrelliere porta bicicletta, stampati...);
5. Fornitura di totem, info-point e altri strumenti digitali diretti a dare informazioni al cittadino sui servizi erogati dall'Ente;

6. Sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzione lavori, nel rispetto di quanto previsto dal D.Lgs. 163/2006;
  7. Altre iniziative simili a quelle precedenti
- b) Sponsorizzazioni dove il mezzo è rappresentato da spazi o immagini:
1. Sponsorizzazioni sul sito Internet dell'Ente (es. inserimento di finestre e banner pubblicitari);
  2. Utilizzo di spazi all'interno dell'Ente (es. bacheche, ascensori, sale riunioni, palestre, piscine, impianti sportivi, androni...);
  3. Utilizzo a fini pubblicitari di spazi sulla documentazione dell'Ente (es. buoni mensa, cedolini stipendi, bollette acqua e gas, ticket di parcheggio...);
  4. Intitolazione di spazi (es. sale del teatro, palestre, sale riunioni...);
  5. Abbinamenti commerciali (es. abbinamento ad un'azienda di monumenti, fontane, vie o piazze...);
  6. Marchiatura delle portiere degli automezzi di servizio dell'Ente;
  7. Predisposizione di gadget (forniti dallo sponsor) con l'abbinamento Ente-sponsor;
  8. Altri interventi simili a quelli precedenti.

### **Art. 3 – Diritto di rifiuto dei progetti di sponsorizzazione**

1. L'amministrazione si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora manchino o vengano meno durante l'esecuzione del contratto, le limitazioni di cui all'Art. 43 comma 3 L. 449/1997.
2. L'amministrazione si riserva altresì la facoltà di rifiutare proposte di sponsorizzazioni quando:
  - 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.
3. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - a) Propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
  - b) Pubblicità diretta o comunque collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

4. È inoltre fatto divieto di promuovere prodotti e servizi negli spazi di competenza dell'Ente senza preventiva autorizzazione.

#### **Art. 4 – Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor**

1. L'amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati che, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative dell'Ente, manifestino spontaneamente la loro volontà.

2. Le proposte di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

#### **Art. 5 – Procedura di scelta dello sponsor da parte dell'Ente**

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

2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica affidata al Responsabile del settore coinvolto dalla sponsorizzazione, a mezzo di trattativa privata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio ed eventualmente in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione (es. inserimento nel sito Internet dell'Ente, invio alle associazioni di categoria...).

4. L'avviso di sponsorizzazione deve contenere:

a) L'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato.

b) Le clausole operative riguardanti le prestazioni a carico dell'Ente per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor secondo principi di coerenza con le proprie capacità organizzative e di equilibrio rispetto ai valori della sponsorizzazione complessivamente intesi.

c) Le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:

- a) Il bene, il servizio, l'immagine, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare.
- b) Il corrispettivo della sponsorizzazione.
- c) L'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

6. L'offerta deve essere accompagnata dalle autocertificazioni attestanti:

a) Per le persone fisiche:

- 1. Inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione di cui agli Artt. 120 e seguenti della L. 689/1981 e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale.
- 2. Inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia.
- 3. Non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) Per le persone giuridiche:

- 1. Oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, devono essere attestati l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari ed il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

c) Per i soggetti pubblici:

- 1. Nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
- 2. Non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

7. 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.

8. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con determinazione del Responsabile del settore tenuto conto di quanto previsto dal presente regolamento.

9. Qualora pervengano più offerte, una volta esaurita la fase di selezione secondo i criteri precedentemente indicati il Responsabile procede all'approvazione dell'offerta vincitrice sulla base di criteri qualitativo-economici tra cui: valore economico, convenienza dell'Ente ad acquisire lo sponsor nella propria disponibilità, fiducia ed immagine dello sponsor, effetti di ritorno stimabili, presenza di eventuali servizi aggiuntivi.

## **Art. 6 – Contenuti del contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione tra le parti di un apposito contratto nel quale sono richiamati i riferimenti della normativa, dei regolamenti, di specifiche deliberazioni e altri atti amministrativi e stabiliti in particolare:

- a) Oggetto e finalità;
- b) Impegni delle parti (sponsor e sponsee).
- c) Diritto dello sponsor alla utilizzazione degli spazi e degli altri strumenti di veicolazione concessi dallo sponsee.
- d) Determinazione del corrispettivo della sponsorizzazione.
- e) Nel caso di operazioni permutative, il controvalore monetario di tali operazioni.
- f) Durata del contratto di sponsorizzazione.
- g) Verifiche contrattuali.
- h) Clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

## **Art. 7 – Aspetti contabili**

1. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono inserite, secondo quanto previsto dal D.Lgs. 267/2000 e dal DPR 194/1996, nel bilancio di previsione ad inizio anno oppure durante l'anno con successiva variazione, sulla base di criteri prudenziali.

2. I proventi derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono contabilizzati tra le entrate extratributarie al Titolo III – Categoria 5.

Le spese derivanti dai contratti di sponsorizzazione sono contabilizzate, secondo la natura corrispondente, nella funzione/servizio interessati dall'iniziativa di sponsorizzazione.

Al fine di garantire la massima trasparenza delle iniziative di sponsorizzazione e supportare gli adempimenti fiscali, nel bilancio finanziario vengono rilevate le operazioni permutative.

3. Le risorse individuate come minori spese e costituenti nella fornitura da parte dello sponsor di beni durevoli sono contabilizzate nel conto del patrimonio e sono oggetto di ammortamento economico.

4. Le risorse provenienti da contratto di sponsorizzazione sono altresì contabilizzate nel rendiconto, parte finanziaria di cui conto del bilancio e parte economico-patrimoniale, di cui conto del patrimonio e conto economico, nel rispetto della normativa e dei principi contabili vigenti.

## **Art. 8 – Aspetti fiscali**

1. 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.

2. In particolare, quando il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione è determinato in prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor (operazioni permutative), è fatto obbligo di servirsi della doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor all'Ente del valore del servizio o del bene (soggetta ad IVA) e la fatturazione di pari importo dell'Ente allo sponsor per l'attività di veicolazione svolta a favore dei segni distintivi dello sponsor (sempre soggetta ad IVA).

## **Art. 9 – Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. I risparmi derivanti dai contratti di sponsorizzazione, determinati quale differenza tra il valore monetario della sponsorizzazione e gli oneri diretti effettivi sostenuti dall'Ente per lo svolgimento dell'attività di sponsorizzazione, sono destinati nella misura del 100% all'avanzo di amministrazione.

## **Art. 10 – Verifiche e controlli**

1. I contratti di sponsorizzazione sono soggetti a periodiche verifiche da parte dell'unità organizzativa competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, dei contenuti tecnici e dei risvolti quantitativi e qualitativi.

2. La Commissione Consiliare per la Trasparenza potrà sempre esercitare la funzione di controllo politico.

3. 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 e comunque l'immediato intervento dello sponsor per il ripristino sui livelli ottimali della prestazione convenuta.



## **Art. 11 – 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 diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. 196/2003 e ss.mm.ii.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Pontinia in persona del suo Sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge di cui sopra.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici dell'Ente 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. 12 – Rinvio**

1. Per ogni aspetto afferente la materia e l'oggetto contrattuali che non trovi comunque esplicita disciplina nel presente regolamento si fa rinvio:
  - a) Per i profili di disciplina contrattuale, alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia.
  - b) Per l'utilizzo dei marchi e dei segni distintivi al D.Lgs. 30/2005 e ss.mm.ii., nonché ad altra normativa specifica in materia.