



COMUNE DI ALBANO SANT'ALESSANDRO
(Provincia di Bergamo)

CRITERI
PER LA DISCIPLINA
E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI
DEL COMUNE DI ALBANO S.A.

(Approvato con Deliberazione di Giunta comunale n. 132 in data 12/12/2016)

Art. 1 – FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'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 dell'1/04/1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5/10/2001 nonché dell'articolo 19 del D.Lgs. n. 50/2016 e s.m.i..
2. Il presente regolamento disciplina, quindi, le procedure relative alla stipulazione dei contratti di sponsorizzazione ai quali l'amministrazione comunale può ricorrere per la sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Albano S.A.
3. Il presente regolamento 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.
4. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
5. Le iniziative cui possono essere destinati i contratti di sponsorizzazione devono, comunque, essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e tra le attività di enti e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti, oppure migliorare la qualità o incrementare il livello dei servizi resi.
6. Le risorse provenienti dalle sponsorizzazioni possono essere anche destinate alla partecipazione dell'Amministrazione Comunale, con apposita contribuzione regolata dalle specifiche normative, alle iniziative promosse da associazioni o soggetti esterni.

Art. 2 - DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto giuridico atipico, a prestazioni corrispettive onerose, e con fini di pubblicità, mediante il quale il Comune si obbliga a fornire, nell'ambito di propri progetti o iniziative, prestazioni accessorie di veicolazione del messaggio pubblicitario del soggetto sponsor, il quale a sua volta si obbliga ad una controprestazione in beni, servizi, danaro o altra utilità nella previsione di conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine. La Giunta comunale predispone un piano annuale di sponsorizzazioni. Il piano, in corso d'anno, può essere oggetto di aggiornamento.

- b) per “sponsorizzazione”: ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, denaro o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
- c) per “sponsor”: il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico 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 dall’Amministrazione per la pubblicità dello sponsor;
- e) per “spazio di allestimento”: lo spazio fisico (aree pubbliche rientranti nell’ambito del Codice della Strada) atto a contenere le informazioni necessarie per individuare o a caratterizzare lo sponsor.

Art. 3 - ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1. Gli accordi di collaborazione disciplinano e regolano i rapporti di carattere non istituzionale tra Comune e privati relativamente ad interventi di qualunque genere che abbiano una positiva ricaduta sul territorio comunale e che siano finalizzati allo sviluppo economico, sociale e culturale della collettività di Albano S.A.
2. L'accordo precisa i termini della collaborazione e deve disciplinare anche i rapporti economici tra i sottoscrittori, ove l'accordo preveda un corrispettivo per la collaborazione concordata.
3. Gli accordi di collaborazione possono determinare, a fronte di investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune, oltre al ritorno pubblicitario di cui all'art.2, la possibilità economica per il soggetto collaborante di ricavare una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune consistente in forniture di servizi e di beni caratterizzati da potenzialità di redditività.
4. Per gli accordi di collaborazione, sono attività privilegiate in particolare la gestione di impianti sportivi comunali, la concessione di edifici o locali comunali per svolgimento di servizi a favore della popolazione, il recupero e gestione di qualsiasi bene pubblico appartenente al demanio o al patrimonio indisponibile.

Art. 4 - AMBITO SOGGETTIVO E CONDIZIONI

1. I contratti di sponsorizzazione ed i contratti di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale con chiunque, in ragione della propria attività, si occupa di problematiche non in conflitto con l’interesse pubblico. Sono esclusi i soggetti che nella propria attività non rispettino gli obblighi riguardanti la protezione dell’ambiente e la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole) allorquando tale violazione risulti da provvedimento sanzionatorio e/o semplicemente accertativo amministrativo e/o giudiziario definitivo.
2. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi diretti o indiretti, servizi, prestazioni, beni od attività inseriti nei programmi di spesa con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente, nonché per acquisire risorse finalizzate alla realizzazione di programmi e/o interventi previsti in documenti programmatici dell'Ente.
3. La previsione di spesa ovvero l’economia di bilancio parziale o totale sono condizionate e vincolate al risultato economico frutto della sponsorizzazione.
4. 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. 5 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE OGGETTO DI SPONSORIZZAZIONE E COLLABORAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono previste nel piano delle sponsorizzazioni approvato dalla Giunta Comunale; il piano costituisce integrazione degli obiettivi del PEG (Piano Economico di Gestione) assegnati a ciascun Responsabile. Nel corso dell’anno, la Giunta può formulare indirizzi specifici per la attivazione di nuove iniziative di sponsorizzazione, integrando e modificando l'elenco precedentemente approvato, 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 nell'ambito dei capitoli di spesa ordinaria.
3. Le iniziative possono anche essere proposte direttamente dai privati.
4. Presupposto del ricorso al finanziamento è la predisposizione del progetto di fattibilità dell'iniziativa o dell'evento a cura del Responsabile cui è assegnato il capitolo di spesa o, in conformità alle direttive inserite nel PEG e con l'osservanza delle norme del presente regolamento.
5. In tale progetto deve essere, tra l'altro, indicato l'importo base da reperirsi tramite sponsorizzazione.

Art. 6 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE

1. La ricerca dello sponsor o degli sponsor per il finanziamento di eventi, da parte dell'Amministrazione, è effettuata nel rispetto dell'art. 19 del D. Lgs. 50/2016 e secondo la procedura negoziata della trattativa privata, salvo quanto disposto ai successivi commi.
2. L'affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet del Comune di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di sponsor per specifici interventi, ovvero si comunica l'avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto.
3. L'avviso di cui al precedente comma è pubblicato per:
 - a) un minimo di giorni 15 nel caso in cui il valore dello sponsor sia pari ad 40.000,00 o cifra inferiore;
 - b) un minimo di trenta giorni nel caso in cui il valore dello sponsor sia superiore ad 40.000,00
4. Trascorso il periodo di pubblicazione dell'avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell'art. 80 del citato decreto legislativo.
5. Qualora lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi
6. Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili e degli eventi che si prevede di realizzare, Il Servizio interessato predispone apposito avviso pubblico annuale per conseguire il finanziamento relativo agli eventi che siano programmabili all'inizio dell'anno.
7. L'avviso, di cui ai precedenti commi 2 e 3, reca in particolare:
 - l'indicazione dell'attività, progetto o iniziativa oggetto di sponsorizzazione;
 - l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta.
 - l'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione.
8. Dell'avviso di cui ai precedenti commi 2 e 3, è data notizia mediante pubblicazione sul sito internet del Comune e con altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
9. L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento. Alla scadenza dei termini fissati

nell'avviso, il Servizio interessato procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, alla individuazione dell'aggiudicatario o degli aggiudicatari, sulla base di criteri che tengano conto del prezzo e degli elementi qualitativi, qualora oggetto delle sponsorizzazioni siano i servizi. Nel caso in cui ci siano due proposte con identico prezzo, l'aggiudicatario verrà individuato attraverso la modalità del sorteggio. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dal Servizio interessato, più conveniente. In questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario.

10. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare, almeno:

- l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende pubblicizzare;
- il corrispettivo della sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte da soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza, attestanti:

- a) l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);
- d) l'inesistenza di una delle cause di esclusione di cui all'articolo 9;

11. Nel caso in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, tutta la documentazione per la verifica del possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all'esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi.

12. 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.

13. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:

- a) in caso siano state esperite senza esito le procedure di cui ai precedenti commi;
- b) in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
- c) nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a Euro 1.000,00.

14. L'offerta di sponsorizzazione è approvata con Determinazione del Responsabile del Servizio Affari generali.

15. Ove pervengano più offerte, esaurita la fase di selezione secondo i criteri elencati negli articoli precedenti, viene approvata, con apposito atto dirigenziale, la graduatoria per ognuna delle iniziative.

16. I contratti di sponsorizzazione saranno sottoscritti e gestiti dai rispettivi Responsabili di servizio interessati allo sponsor (scheda dello sponsor).

Art. 7 – VALUTAZIONE ED APPROVAZIONE DELLE OFFERTE

1. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato (o progetto) di sponsorizzazione.

2. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni di incapacità 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;

b) per le persone giuridiche:

- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;

- 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.

c) che i soggetti che eseguiranno i lavori, le forniture o i servizi dovranno essere in possesso dei requisiti minimi di qualificazione, così come prescritto dall'articolo 19 comma 1, del D.Lgs. n. 50/2016.

3. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario o allo spazio di allestimento e alle relative autorizzazioni.

4. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Servizio proponente o competente ed interessati nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. Per la suddetta valutazione il Responsabile potrà avvalersi di una apposita commissione nominata e presieduta dallo stesso.

5. Nel caso in cui, decorso il termine stabilito nell'avviso, non pervenga alcuna offerta, l'Amministrazione Comunale potrà reperire sul mercato soggetti con cui stipulare contratti di sponsorizzazione anche a trattativa privata.

6. Qualora l'iniziativa di sponsorizzazione provenga da soggetti terzi, la relativa proposta deve essere riconosciuta e valutata, come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali del Comune, con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative. Tale valutazione dovrà essere effettuata dalla Giunta comunale su proposta del Responsabile competente, il quale, ove necessario, inviterà il soggetto proponente a corredare la proposta di sponsorizzazione con tutti gli elaborati necessari per completare il progetto di sponsorizzazione.

7. Ove la Giunta riconosca l'utilità della proposta formulata dal soggetto terzo, si procederà conseguentemente all'inserimento della stessa nel Bilancio Comunale. Il Responsabile competente procederà quindi alla pubblicazione di un avviso pubblico per la scelta dello sponsor, secondo le modalità indicate nei precedenti commi. L'avviso dovrà contenere l'espressa previsione che a parità di condizioni il proponente del progetto di sponsorizzazione abbia diritto alla preferenza rispetto agli altri partecipanti. Qualora l'aggiudicazione avvenga a favore di soggetto diverso dal proponente, l'aggiudicatario dovrà farsi carico del rimborso delle spese sostenute dal soggetto proponente per la redazione del progetto di sponsorizzazione, il cui importo dovrà essere indicato nel bando.

8. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario/allestimento" o, comunque, del veicolo diffusivo espressamente indicato nel capitolato.

Art. 8 - OFFERTE SPONTANEE

1. Qualora uno dei soggetti offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti al fine di rendere un servizio alla cittadinanza oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito di avviso pubblico, la Giunta potrà autorizzare, previa istruttoria da parte del Responsabile del servizio competente, sugli effettivi benefici, la stipula del contratto di sponsorizzazione o accordo di collaborazione.

Art. 9 - FACOLTA' DI RIFIUTO E CASI DI ESCLUSIONE

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio ma con adeguata motivazione, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interessi 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 opportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- 1) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- 2) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- 3) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

3. Sono inoltre esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti pubblici o privati che abbiano in atto controversie giuridiche verso la pubblica amministrazione.

4. Sono inoltre esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi, come definiti dalla Risoluzione n. 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e protezione dei Diritti Umani del 13 agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare quando tali situazioni risultano da elementi il più possibile oggettivi o siano di notoria conoscenza pubblica :

a) rispetto del diritto a pari opportunità e a trattamento non discriminatorio (con speciale attenzione alle donne, alle popolazioni indigene e alle minoranze etniche);

b) rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;

c) rispetto dei diritti dei lavoratori (inclusi specificatamente l'esclusione del lavoro forzato, del lavoro minorile, di salari inferiori ai redditi reali di sussistenza, del mancato rispetto delle legislazioni locali di tutela);

d) rispetto degli assetti istituzionali, delle norme giuridiche e delle prassi amministrative, anche consuetudinarie; degli interessi pubblici; delle politiche sociali, economiche e culturali, della trasparenza e correttezza, dei comportamenti imprenditoriali e pubblici, con particolare riferimento al divieto di pratiche corruttive; delle autorità pubbliche degli Stati in cui i predetti soggetti operano;

e) rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori (specie in relazione alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla trasparenza di etichette e prezzi, alla pubblicità ingannevole, a politiche di dumping, all'impiego di prodotti e processi basati su mutazioni genetiche non sicure) ai sensi della normativa vigente;

f) rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente (specie in relazione ai danni o minacce alla biodiversità, a processi industriali causa di effetto serra e distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali, a tutti gli inquinamenti chimici).

Art. 10 – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E COLLABORAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto la cui bozza sarà allegata al bando pubblicato da stipularsi nelle forme previste dalle leggi vigenti, le cui spese sono poste a carico dello sponsor.

2. Nel contratto di sponsorizzazione sono stabiliti almeno:

- a) il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato;
- b) le eventuali clausole di esclusiva ;
- c) gli obblighi derivanti dalla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione;
- d) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità ;
- e) la durata del contratto di sponsorizzazione ;
- f) la controprestazione dello sponsor .

3. L'inadempimento o il parziale adempimento contrattuale da parte dello sponsor sarà causa di

risoluzione contrattuale, fatta salva la possibilità di agire per il risarcimento del maggior danno subito dall'amministrazione comunale.

Art. 11 – ELENCO DEI BENEFICI RICONOSCIUTI AGLI SPONSOR

1. Con la stipula del contratto di sponsorizzazione o collaborazione degli interventi individuati nel PEG o nel piano delle sponsorizzazioni, allo sponsor saranno consentite le **forme di pubblicità** di seguito indicate, che vengono differenziate a seconda dell'importo dell'intervento:

A) IMPORTI fino a 3.000,00 euro

-visibilità come sponsor dell'intervento sul sito istituzionale del Comune di Albano S.A. all'interno della sezione dedicata alle iniziative di sponsorizzazione

- diritto all'apposizione del logo, accanto a quello del Comune, nel materiale divulgativo predisposto dal Comune in merito all'iniziativa sponsorizzata

B) IMPORTI compresi fra i 3001,00 e i 40.000,00 euro

Oltre a quanto previsto nei precedenti punta A):

- possibilità per lo sponsor di produrre, a propria cura e spese, materiale di comunicazione da distribuire al pubblico in occasione di eventuale presentazione del progetto;

- facoltà di posizionare propria pubblicità (riferita al nome, marchio, immagine, attività o prodotti) sui ponteggi o assiti di cantiere per il periodo corrispondente all'esecuzione dei lavori o all'allestimento del progetto o per tutto il periodo della manifestazione;

- associazione del marchio dello sponsor agli eventuali materiali di comunicazione riferiti all'intervento sponsorizzato realizzati entro cinque anni dall'Amministrazione comunale.

C) IMPORTI compresi fra i 40.001,00 e i 150.000,00 euro

Oltre a quanto previsto nei precedenti punta A), B):

- apposizione sull'immobile restaurato di una targa (di forma e dimensioni da autorizzare), a spese dello sponsor, con cui lo si riconosce come finanziatore/realizzatore dell'intervento o cofinanziatore;

- possibilità di utilizzare, per tutta la durata del contratto e per i due anni successivi, l'immagine e il nome dell'opera restaurata, immagini e filmati del progetto realizzato anche tramite l'ideazione e l'utilizzo di un logo e la creazione di un sito dedicato all'intervento.

- possibilità di utilizzare la qualifica di sponsor nelle proprie campagne di comunicazione per tre dal termine dei lavori;

D) IMPORTI oltre i 150.000,00 euro :

Oltre a quanto previsto nei precedenti punti:

- possibilità di utilizzare la qualifica di sponsor nelle proprie campagne di comunicazione per cinque anni dal termine dei lavori;

- possibilità di utilizzare, per tutta la durata del contratto e per i cinque anni successivi, l'immagine e il nome dell'opera restaurata, immagini e filmati del progetto realizzato anche tramite l'ideazione e l'utilizzo di un logo e la creazione di un sito dedicato all'intervento.

Art. 12 – UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le somme derivanti da sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

Art. 13 – TRATTAMENTO DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente nel rispetto di quanto stabilito dal D.Lgs. n. 196/2003.

Art. 14 – ASPETTI FISCALI

1. Il valore della fatturazione per la “sponsorizzazione” corrisponde all’importo della somma iscritta 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/allestimento”) è pari all’importo specificato al comma 1.
3. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull’IVA secondo le previsioni del D.P.R. n. 633/1972.

Art. 15 – PAGAMENTI

1. Nei limiti consentiti dalla legge, nella misura e con le modalità previste dal contratto di sponsorizzazione, sono ammessi pagamenti, da parte dello sponsor o degli sponsor, in ragione degli stati di avanzamento della prestazione contrattuale.
2. L’emissione della fattura da parte del Comune è subordinata al versamento del contributo da parte dello “sponsor”.

Art. 16 – RESPONSABILITA’

1. L’Amministrazione Comunale è sollevata da qualsiasi responsabilità civile e/o penale conseguente all’allestimento e allo svolgimento diretto, da parte dello sponsor, delle attività oggetto di sponsorizzazione.

Art. 17 – RISERVA ORGANIZZATIVA

1. Il reperimento delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Amministrazione 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 per la raccolta delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, previo esperimento di apposita gara ad evidenza pubblica ai sensi delle vigenti disposizioni legislative e regolamentari.

Art. 18 - DIVIETO DI CESSIONE

1. E’ vietata la cessione, anche parziale, del contratto. La cessione non si configura nel caso in cui lo Sponsor venga incorporato in altra Azienda, o di ramo d’Azienda e in genere in tutti gli altri casi in cui lo Sponsor sia oggetto di atti di trasformazione a seguito dei quali perde la propria identità giuridica.

Art. 19 – CONTROVERSIE

1. Ogni controversia relativa all’interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Bergamo.

Art. 20 - NORME TRANSITORIE

1. Sono fatte salve le richieste già pervenute e/o accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento.

Art. 21 - NORME COMUNI

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento, si fa riferimento alle norme vigenti in materia.

Art. 22 - ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entrerà in vigore dal giorno di approvazione da parte della Giunta comunale.