



# COMUNE DI BOLGARE

PROVINCIA DI BERGAMO

## Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni

### Art. 1 – Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate, gestite dal Comune o comunque di interesse dell'amministrazione.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori economie, a migliorare la qualità dei servizi, sempre nell'ottica del perseguimento di interessi pubblici.
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, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge n. 449/1997, nell'art. 119 del Decreto Legislativo n. 267/2000, nell'art. 19 del Decreto Legislativo n. 50/2016 e nel Decreto Legislativo n. 42/2004, nonché degli orientamenti espressi dall'Anac.

### Art. 2 – Destinatari e contenuti delle sponsorizzazioni

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e pubblici, per realizzare o acquisire, a titolo gratuito, forniture di beni, prestazioni di servizi e/o attività, inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente. La sponsorizzazione può consistere anche in erogazioni di denaro.
2. 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 - Impegni generali del soggetto promotore - sponsee

1. Ai soggetti individuati come sponsor, il Comune di Bolgare garantisce, in linea generale e tenendo conto dell'entità della sponsorizzazione:
  - ritorno di immagine mediante la possibilità di veicolare il proprio logo/marchio/ragione sociale nelle campagne di comunicazione secondo i piani appositi relativi ai progetti ed iniziative oggetto di sponsorizzazione;
  - la visibilità sul sito istituzionale del Comune in relazione alle attività sponsorizzate;
  - la possibilità, previo assenso dell'Amministrazione, di utilizzare lo status di sponsor nelle proprie campagne di comunicazione;
  - la possibilità di studiare ulteriori forme di controprestazioni collaterali ed esclusive.
2. Tutti gli eventuali materiali di comunicazione realizzati dallo sponsor sono a spese e cura dello stesso, previa approvazione da parte del Comune.

### Art. 4 - Impegni dello sponsor

1. I soggetti selezionati come sponsor avranno come obbligazione, in linea generale, la corresponsione di quanto offerto.
2. In sede di formalizzazione del rapporto, lo sponsor è tenuto:
  - ad individuare il logo con il quale intende sostenere la sponsorizzazione;



# COMUNE DI BOLGARE

PROVINCIA DI BERGAMO

- a mettere a disposizione dell'Amministrazione ogni strumento utile all'esatta e fedele riproduzione del logo.

3. In caso di sponsorizzazione tecnica, per la fornitura di beni e/o servizi, lo sponsor, con riferimento alla specificità di ogni singolo progetto, iniziativa, manifestazione a sua cura e spese, dovrà:

1. predisporre, ove necessario, il progetto dettagliato da sottoporre all'amministrazione;
2. procedere all'acquisizione di eventuali nulla osta, permessi, autorizzazioni;
3. sostenere le spese di pubblicità e quanto altro necessario;
4. realizzare il servizio/fornitura con maestranze qualificate secondo la vigente normativa, fornire le certificazioni di avvenuta realizzazione a regola d'arte.

4. In caso di sponsorizzazione finanziaria il pagamento avverrà entro quindici giorni dal ricevimento della fattura da parte dell'ente comunale.

## Art. 5 – Scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor, quando superiore ad € 40.000,00, è effettuata a mezzo avviso da pubblicare sul sito istituzionale come previsto dall'art. 19 del Dlgs 50/2016. Resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli eventuali esecutori.

2. Qualora la corresponsione in denaro, i lavori, i servizi e le forniture oggetto del contratto di sponsor non superino i € 40.000,00, la scelta dello sponsor può essere effettuata direttamente, anche su autocandidatura.

3. L'offerta di sponsorizzazione, pervenuta per iscritto al protocollo dell'ente, è istruita da parte del Responsabile del Settore competente per materia con riferimento all'oggetto dell'iniziativa di sponsorizzazione, tenuto conto delle indicazioni fornite con apposito atto deliberativo dalla Giunta Comunale.

4. Ove pervengano più offerte il Responsabile del Settore stilerà apposita graduatoria, che tenga conto della maggiore utilità economica per il Comune oltre all'ordine di arrivo al protocollo dell'ente.

5. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor, cominciando dal primo della graduatoria. Nel caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario, lo stesso è assegnato al primo in graduatoria.

6. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore competente per materia. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario.

## Art. 6 – Progetto di sponsorizzazione

1. I progetti di sponsorizzazione si suddividono in due macroaree:

- progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da un evento correlato alle attività dell'ente (sponsorizzazioni tecniche o miste), a titolo esemplificativo:
  - sponsorizzazioni eventi sportivi, culturali, sociali e altro;
  - abbinamenti commerciali (abbinamento di un'azienda ad un monumento, un parco, una pensilina, una fontana, un'aiuola, ..);
  - cura di aree verdi;
  - servizi di manutenzione e di altri servizi erogati dallo sponsor come corrispettivo (illuminazioni natalizie, pulizia giardini, ..);
  - fornitura di beni (es. panchine, cestini, rastrelliere, ..);
  - sponsorizzazione di opere pubbliche, progettazioni, lavori, direzioni lavori;
  - altre iniziative similari;
- progetti di sponsorizzazione il cui veicolo è rappresentato da spazi e immagini riconducibili all'ente (sponsorizzazioni finanziarie), tra cui:



# COMUNE DI BOLGARE

PROVINCIA DI BERGAMO

- sponsorizzazioni del sito internet;
- concessione del marchio istituzionale come strumento promozionale;
- utilizzo ai fini pubblicitari di spazi dell'ente (es. bacheche, ascensori, impianti sportivi, androni, ...);
- titolazione di spazi;
- abbinamenti commerciali (monumento, rotatoria, ...);
- altri eventi simili a quelli riportati nei precedenti punti anche riferiti a spazi o immagini che si dovessero identificare in futuro.

La Giunta Comunale con apposito atto meglio individuerà spazi, iniziative e tariffe oggetto di sponsorizzazione.

## **Art. 7 – Contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto, a mezzo scrittura privata, con oneri a carico dello sponsor.
2. Rimangono a carico dello sponsor le spese relative al pagamento di imposte, tasse, canoni e corrispettivi previsti da leggi e/o regolamenti derivanti dall'esecuzione del contratto e dalla realizzazione delle attività sponsorizzate, oltre alle spese necessarie per la rimozione di quanto installato al termine del periodo sponsorizzato.

## **Art. 8 – Utilizzo dei risparmi di spesa e delle maggiori entrate derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che non risultano utilizzate a seguito della stipula del contratto di sponsorizzazione sono considerate risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa conseguiti a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione sono destinati al finanziamento di iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.

## **Art. 9 – Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili**

1. L'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
  - ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra 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 opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - propaganda di natura politica, sindacale o comunque derivante da organismi ideologicamente schierati;
  - pubblicità diretta o collegata alla distribuzione o produzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale o riferita fondamentalmente allo sfruttamento del lavoro minorile;
  - messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia o comunque lesive della dignità umana.

## **Art. 10 – 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 dal DLgs. n. 196/2003 e dal regolamento europeo 679/2016.



# COMUNE DI BOLGARE

*PROVINCIA DI BERGAMO*

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Bolgare in persona del Sindaco che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata e del regolamento comunale in materia (Regolamento sulla tutela della riservatezza dei dati personali).
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti agli uffici tenuti all'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 presente regolamento.

## **Art. 11 – Aspetti fiscali**

1. Il valore della "sponsorizzazione" sarà oggetto di apposita e preventiva fatturazione da parte dell'ente comunale e/o dell'impresa.

## **Art. 12 – Verifiche e controlli**

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile del Settore 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. 13 – Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale.
2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, da individuarsi mediante procedure pubbliche.