

COMUNE DI RIPARBELLA
Provincia di Pisa



REGOLAMENTO PER LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI
SPONSORIZZAZIONE.

Approvato con Deliberazione consiliare n000 del 00/00/2000

ARTICOLO 1 – Oggetto

1. Il presente Regolamento disciplina le condizioni normative interne all'Ente necessarie per la gestione delle attività di sponsorizzazione ed è approvato in ottemperanza ai principi delle seguenti norme di carattere generale:

- art. 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449 e s.m.i.;
- art. 119 D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267 e s.m.i.;
- art. 26 D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163;
- art. 199-bis D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163;
- art. 120 D. Lgs. 42/2004.

2. Preso atto della sostanziale atipicità dei contratti di "sponsorizzazione" e delle specifiche disposizioni legislative inerenti le attività contrattuali degli Enti Pubblici, le procedure di affidamento e le altre attività amministrative nella materia disciplinata dal presente regolamento si svolgono oltre che in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa soprarichiamata, nel rispetto delle disposizioni sul procedimento amministrativo di cui alla Legge 7 agosto 1990, n. 241 e ss.mm.ii. e, per quanto in essa non espressamente previsto, nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Codice Civile.

ARTICOLO 2 – Finalità

1. Le disposizioni del presente regolamento sono finalizzate a definire una disciplina organica delle iniziative di sponsorizzazione allo scopo di assicurare il rispetto della normativa vigente e i principi di efficienza, trasparenza, buon andamento e imparzialità che regolano l'attività della Pubblica Amministrazione.

ARTICOLO 3 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento, si intende:

a. per “contratto di sponsorizzazione” o “contratto di sponsorizzazione ordinaria o permutativa”: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto (Sponsor) offre un contributo in denaro o una determinata prestazione al Comune di Riparbella (Sponsee) il quale si obbliga verso il primo a pubblicizzare o a consentire la pubblicizzazione del suo nome /logo /marchio / immagine/ segno distintivo nei modi previsti dal contratto stesso;

b. per “contratto di sponsorizzazione non ordinaria o non permutativa”: un contratto mediante il quale un soggetto (Sponsor) offre un contributo in denaro o una determinata prestazione al Comune di Riparbella (Sponsee), il quale autorizza l'installazione di cartelli pubblicitari su beni demaniali o patrimoniali indisponibili;

c. per “sponsorizzazione”: ogni contributo che può consistere in una somma di denaro, nella fornitura di beni o nella prestazione di servizi, nella realizzazione di lavori, opere pubbliche e/o di pubblica utilità o in altre utilità provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il nome, il logo, il marchio, l’immagine, il segno distintivo di un soggetto (Sponsor);

d. per “sponsorizzazione tecnica”: la sponsorizzazione dove il contributo di un soggetto (Sponsor) a favore del Comune di Riparbella (Sponsee) è costituito dalla realizzazione di lavori o dalla prestazione di servizi o forniture;

e. per “sponsorizzazione pura o finanziaria”: la sponsorizzazione dove il contributo di un Soggetto (Sponsor) a favore del Comune di Riparbella (Sponsee) è costituito esclusivamente da una somma di denaro;

f. per “sponsorizzazione mista”: la sponsorizzazione risultante dalla combinazione della sponsorizzazione tecnica e della sponsorizzazione finanziaria;

g. per “sponsorizzazione su beni culturali”: la sponsorizzazione relativa ai lavori sui beni culturali e alle prestazioni di servizi e di forniture in essi inglobati e ad essi strumentali;

h. per “Sponsor”: il soggetto, parte del contratto di sponsorizzazione, che si assume l’obbligo di corrispondere una determinata somma di denaro o una determinata prestazione a favore del Comune di Riparbella (Sponsee) in cambio della veicolazione del proprio nome/logo/marchio/immagine/segno distintivo attuata o consentita dal Comune di Riparbella nell’ambito della propria attività;

i. per “Sponsee”: il soggetto, Comune di Riparbella, che si obbliga, verso un determinato corrispettivo (somma di denaro o prestazione) ad associare alla propria attività il nome/logo/marchio/immagine/segno distintivo dello Sponsor;

j. per “spazio pubblicitario”: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni messe a disposizione dal Comune di Riparbella (Sponsee) per la pubblicità dello Sponsor.

2. Ai fini del presente regolamento sono individuati:

a. come ‘Amministrazione’, il Comune di Riparbella parte di un contratto di sponsorizzazione;

b. come nome, logo, marchio, immagine o segno distintivo, le rappresentazioni grafiche, le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo Sponsor come

elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale da veicolare a fini pubblicitari.

ARTICOLO 4 – Finalità delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione devono promuovere e incentivare la collaborazione tra pubblico e privato e l'innovazione nell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente realizzando:

- una valorizzazione delle competenze, delle professionalità, della disponibilità di persone, enti, associazioni e aziende attivi sul territorio;
- una migliore qualità nei servizi/prestazioni erogati alla collettività;
- economie di spesa.

ARTICOLO 5 – Vincoli

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono soggette ai seguenti vincoli di buona amministrazione:

- a. devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici;
- b. devono escludere conflitti di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- c. devono essere compatibili con la natura istituzionale del Comune e garantire la posizione di neutralità di questo;
- d. devono produrre risparmi di spesa.

ARTICOLO 6 – Ambito di applicazione

1. Il Comune può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti privati e pubblici.

ARTICOLO 7 – Individuazione e approvazione iniziative

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere attivati:

a. su iniziativa dell'Amministrazione;

b. su iniziativa di soggetti terzi.

2. Le iniziative di sponsorizzazione di cui alle precedenti lettere a. e b. devono, a prescindere dall'importo, essere approvate dalla Giunta Comunale nelle linee generali a livello di progettazione preliminare.

3. Il valore economico di ogni sponsorizzazione, tecnica o finanziaria, deve risultare a bilancio dell'Ente secondo quanto stabilito dalla normativa vigente in materia contabile e fiscale, dai relativi provvedimenti attuativi e interpretativi, nonché dai principi contabili.

4. Le iniziative che attengono l'ambito dei lavori pubblici, dovranno inoltre risultare, secondo i presupposti di legge e, quindi, per interventi di valore superiore ad Euro 100.000,00, anche in apposito Allegato al Programma Triennale dei lavori di cui all'articolo 128 del D.Lgs. 163/2006.

ARTICOLO 8 – Oggetto e Contenuto

1. La Sponsorizzazione a favore dell'Ente, a carattere tecnico o finanziario, può avere ad oggetto:

- a. la fornitura di materiale/attrezzature/beni;
- b. la realizzazione di un'opera o di un lavoro;
- c. la fornitura di una prestazione di servizio;
- d. la gestione di un'opera o di un'area;
- e. la gestione di un servizio.

2. La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni in favore del Comune di Riparbella, fra le quali si indicano a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- a. eventi sportivi e/o di rilevanza sociale;
- b. utilizzo a fini pubblicitari di spazi all'interno del Comune (es: bacheche, sale riunioni, impianti sportivi, coperture con teli di opere e/o lavori);
- c. servizi di manutenzione e gestione di aree verdi pubbliche, aree diverse e immobili comunali, arredo urbano;
- d. fornitura di beni con riferimento, a titolo esemplificativo, ad attrezzature informatiche di vario genere ed alla fornitura di arredo urbano;
- e. attività di progettazione, direzione lavori, esecuzione di opere pubbliche o di pubblica utilità;
- f. realizzazione di mostre, concerti, spettacoli e, in genere, attività culturali;

- g. gestione di sportelli informa-giovani, marketing e promozione territoriale;
- h. attività di comunicazione, realizzazione di periodici.

ARTICOLO 9 – Contratti assimilabili - Esclusioni

1. Il presente regolamento disciplina i contratti di sponsorizzazione in cui il Comune riveste il ruolo di Sponsee e i contratti a questi assimilabili secondo prassi vigente.

2. Sono esclusi dalla disciplina del presente regolamento le prestazioni prive di significativo ritorno di natura pubblicitaria, nelle quali prevalgono gli elementi del contratto a prestazioni unilaterali, con profili di mero mecenatismo.

ARTICOLO 10 – Presupposto per la stipula dei contratti di sponsorizzazione

1. Presupposto necessario per la stipula dei contratti di sponsorizzazione di qualsiasi tipologia - Tecnica, Finanziaria e relativa ai Beni Culturali - è il possesso in capo allo Sponsor e al Soggetto Esecutore della prestazione qualora diverso dallo Sponsor, dei requisiti di carattere generale necessari per poter contrarre con una Pubblica Amministrazione.

ARTICOLO 11 – Sponsorizzazione Tecnica

1. Nei contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto lavori, servizi o forniture, quando questi sono acquisiti o realizzati a cura e a spese dello Sponsor, la scelta dello Sponsor è effettuata in base al valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti modalità.

2. A) I contratti di importo inferiore o pari a Euro 40.000,00 (o comunque alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici) possono essere affidati direttamente dall'Amministrazione, senza alcuna procedura comparativa, a soggetto in possesso, oltre che dei necessari requisiti di carattere generale, di adeguata capacità tecnica secondo valutazione dell'Ente e nel rispetto delle normative tecniche di settore (es: possesso di particolari certificazioni – abilitazioni – autorizzazioni), operante nel rispetto delle norme in materia di sicurezza sul lavoro e dotato di copertura assicurativa per l'attività oggetto della prestazione e/o il personale impiegato a svolgere la prestazione, se occorrente. Qualora il Soggetto Esecutore sia soggetto diverso dallo Sponsor, detti requisiti dovranno essere posseduti dal Soggetto Esecutore.

3. L'Amministrazione ha sempre la facoltà, tenuto conto del valore e della tipologia contrattuale:

- in caso di iniziativa di soggetto terzo, di non accettare la proposta di

sponsorizzazione o di avviare sulla stessa una procedura comparativa con eventuale diritto di prelazione del soggetto proponente;

- in caso di iniziativa propria, di avviare una procedura comparativa.

4. L'Amministrazione dovrà impartire le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione nonché all'esecuzione del contratto.

5. L'Amministrazione ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

6. B) I contratti di importo superiore ad Euro 40.000,00 (o comunque alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici) e inferiore ad Euro 207.000,00 (o comunque alla soglia prevista per servizi e forniture di rilevanza comunitaria) per forniture e servizi e ad Euro 1.000.000,00 per lavori sono affidati tramite procedura negoziata, ristretta o aperta, tenuto conto della specificità dell'oggetto del contratto.

7. C) I contratti di importo pari o superiore ad Euro 207.000,00 (o comunque alla soglia prevista per servizi e forniture di rilevanza comunitaria) per servizi e forniture e ad Euro 1.000.000,00 per lavori devono essere affidati mediante procedura aperta o ristretta secondo motivazione del Dirigente del Settore competente.

8. Il Bando, sia nel caso di procedura aperta sia nel caso di procedura ristretta, deve essere pubblicato per almeno 30 giorni all'Albo Pretorio on-line dell'Ente e, per estratto, su due quotidiani a diffusione nazionale.

Norme comuni alle sponsorizzazioni di cui alle lettere B) e C)

9. Gli Sponsor che effettuano direttamente i lavori/servizi/forniture o i Soggetti Esecutori, qualora diversi dallo Sponsor nonché i soggetti progettisti eventualmente utilizzati, devono essere in possesso, oltre che dei requisiti di carattere generale, dei requisiti di qualificazione tecnica previsti dal Codice dei Pubblici Contratti e dal relativo Regolamento di Attuazione.

10. Il Bando e la Lettera d'Invito devono contenere:

- a. la volontà del Comune e i riferimenti di legge;
- b. gli obiettivi della sponsorizzazione;
- c. le opportunità per lo Sponsor;
- d. la tipologia, la durata e il valore contrattuale;
- e. la modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello Sponsor;
- f. le modalità e i termini di presentazione delle offerte;
- g. i requisiti di partecipazione/qualificazione/obblighi in materia di sicurezza/obblighi assicurativi;
- h. le modalità e i criteri di valutazione delle offerte,
- i. le prescrizioni tecniche progettuali ed esecutive.

11. Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto

che ha proposto l'offerta realizzativa giudicata migliore.

12. In caso di iniziativa di soggetto terzo, l'Amministrazione ha sempre facoltà, in relazione a qualsiasi procedura di affidamento scelta, di prevedere il diritto di prelazione - a parità di condizioni offerte dal soggetto miglior offerente - a favore del soggetto proponente.

13. Nel caso in cui la procedura negoziata o la procedura aperta o ristretta siano andate deserte o non sia stata presentata alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili rispetto al disposto del Codice dei Contratti Pubblici o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può ricercare di propria iniziativa lo sponsor con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica.

14. L'Amministrazione ha il controllo sull'esecuzione del contratto.

ARTICOLO 12 – Sponsorizzazione finanziaria

1. Nei contratti di Sponsorizzazione pura o finanziaria, la scelta dello Sponsor è effettuata secondo le seguenti modalità

2. A) I contratti di importo inferiore o pari a Euro 40.000,00, (o comunque, per analogia, alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici) possono essere affidati direttamente dall'Amministrazione, con facoltà dell'Ente di avviare procedure comparative tramite pubblicazione di avviso esplorativo.

3. B) I contratti di importo superiore, sono affidati mediante pubblicazione di un Bando all'Albo Pretorio on-line dell'Ente per almeno 30 giorni e dell'estratto del Bando stesso su due quotidiani a diffusione nazionale.

4. Il Bando deve contenere:

- a. la volontà del Comune e i riferimenti di legge;
- b. gli obiettivi della Sponsorizzazione;
- c. le opportunità per lo Sponsor;
- d. il valore contrattuale;
- e. la modalità per la veicolazione dei segni distintivi dello Sponsor;
- f. le modalità e i termini di presentazione delle offerte;
- g. i requisiti di partecipazione.

5. Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha offerto il finanziamento maggiore. Nel caso di contributo economico superiore al valore della prestazione, l'eccedenza rimarrà vincolata al

finanziamento di prestazioni analoghe/simili.

6. Nel caso in cui non sia stata presentata alcuna offerta o alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può ricercare di propria iniziativa lo Sponsor con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica.

ARTICOLO 13 – Sponsorizzazione su beni culturali

1. I contratti di sponsorizzazione di beni culturali comprendono ogni contributo, anche in beni o servizi, erogato per la progettazione o l'attuazione di iniziative in ordine alla tutela ovvero alla valorizzazione del patrimonio culturale.

2. I contratti di sponsorizzazione su beni culturali, come sopra definiti, richiedono necessariamente che la promozione del nome, del marchio, del logo o dell'immagine avvenga in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene culturale da tutelare o valorizzare.

3. La Sponsorizzazione può essere tecnica, finanziaria o mista. Nel caso di sponsorizzazione mista, questa è valutata secondo il criterio dell' 'Offerta Economicamente più Vantaggiosa'

4. Per gli interventi sui beni culturali di qualsiasi importo (comma 5.A) e comma 7.B) i Soggetti Esecutori devono essere in possesso dei requisiti di qualificazione tecnica previsti dall'articolo 201 del Codice dei Pubblici Contratti approvato con D.lgs. 163/2006 e ss.mm.ii., dal relativo Regolamento di Attuazione, approvato con DPR 207/2010, dalle normative specifiche di settore per i beni e le attività culturali.

5. A) Nel caso di interventi su beni culturali di importo inferiore o pari ad Euro 40.000,00 (o comunque, per analogia, alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici), sia la sponsorizzazione tecnica sia la sponsorizzazione finanziaria possono essere affidate direttamente.

6. L'Amministrazione ha sempre la facoltà, tenuto conto del valore e della tipologia contrattuale:

- in caso di iniziativa di soggetto terzo, di non accettare la proposta di sponsorizzazione o di avviare sulla stessa una procedura comparativa con eventuale diritto di prelazione del soggetto proponente;
- in caso di iniziativa propria, di avviare una procedura comparativa.

7. B) Nel caso di interventi su beni culturali di importo superiore ad Euro 40.000,00, (o comunque, per analogia, alla soglia prevista dall'attuale articolo 26 del Codice dei contratti pubblici) la ricerca dello Sponsor avviene mediante

bando pubblicato all'Albo Pretorio on-line del Comune per almeno 30 giorni. Di detta pubblicazione è dato avviso su almeno due dei principali quotidiani a diffusione nazionale e nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana nonché, per i contratti di importo superiore alle soglie europee, anche nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea.

8. Il Bando contiene:

- a. una sommaria descrizione dell'intervento;
- b. l'indicazione del valore di massima;
- c. l'indicazione dei tempi di realizzazione;
- d. se si intende acquisire una sponsorizzazione di puro finanziamento anche mediante accollo da parte dello sponsor delle obbligazioni di pagamento dei corrispettivi dell'appalto dovuti dal Comune, ovvero una sponsorizzazione tecnica consistente in una Forma di partenariato estesa alla progettazione e alla realizzazione di parte o di tutto l'intervento a cura e a spese dello sponsor;
- e. i requisiti di partecipazione;
- f. nel caso di sponsorizzazione finanziaria, la richiesta di offerte in aumento sull'importo di finanziamento minimo indicato;
- g. nel caso di sponsorizzazione tecnica, gli elementi e i criteri di valutazione delle offerte;
- h. il termine, non inferiore a 60 giorni, entro il quale i soggetti interessati possono far pervenire offerte impegnative di sponsorizzazione.

9. La pubblicazione del bando deve essere preceduta, secondo legge, dall'integrazione Programma Triennale dei lavori di cui all'articolo 128 del Codice dei Pubblici Contratti con un apposito allegato, che indica i lavori, i servizi e le forniture in relazione ai quali si intende ricercare Sponsor per il finanziamento o la realizzazione di questi interventi. Al fine dell'inserimento di questo Elenco, il Comune provvede a predisporre i relativi studi di fattibilità, anche semplificati, o i progetti preliminari.

10. Il Comune procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto che ha offerto:

- il finanziamento maggiore, in caso di sponsorizzazione pura
- l'offerta giudicata migliore, in caso di sponsorizzazione tecnica
- l'offerta economicamente più vantaggiosa, nel caso di sponsorizzazione mista.

11. Nel caso in cui non sia stata presentata alcuna offerta o alcuna offerta appropriata, ovvero tutte le offerte presentate siano risultate irregolari ovvero inammissibili rispetto al disposto del Codice dei Contratti Pubblici o non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, il Comune può, nei successivi sei mesi, ricercare di propria iniziativa lo Sponsor con cui negoziare il contratto di

sponsorizzazione, ferme restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nella sollecitazione pubblica.

12. I progetti per i quali non sono pervenute offerte utili possono essere nuovamente pubblicati nell'allegato al Programma Triennale dei lavori dell'anno successivo.

ARTICOLO 14 – Diritto di rifiuto

1. Il Comune di Riparbella, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

a. ritenga possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;

b. ravvisi nei mezzi utilizzati dall'azienda 'Sponsor' un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine/iniziativa/attività;

c. reputi inaccettabile la proposta per motivi di opportunità generale.

2. Sono comunque esclusi, quali aziende Sponsor, i soggetti che, nelle proprie attività, non garantiscano:

a. il rispetto del diritto alle pari opportunità e al trattamento non discriminatorio delle persone;

b. il rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;

c. il rispetto dei diritti dei lavoratori;

d. il rispetto degli assetti istituzionali, delle norme e delle prassi amministrative, degli interessi pubblici, delle politiche sociali, economiche e culturali;

e. il rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori ai sensi della normativa vigente (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);

f. il 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 di distruzione della fascia di ozono, alla distruzione di risorse naturali, agli inquinamenti chimici).

3. Sono inoltre escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

a. la propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

b. la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco o prodotti alcolici;

c. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;

d. messaggi contrari al decoro o alla morale pubblica.

ARTICOLO 15 – Contratto di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo Sponsor e dal responsabile del Settore Competente.

2. Il contratto, in particolare, deve contenere i seguenti elementi:

a. l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo Sponsor secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;

b. le obbligazioni che il Comune garantisce allo Sponsor in termini di pubblicità dell'iniziativa supportata dallo stesso (modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda, etc.);

c. le modalità di controllo del Comune, a cura del Responsabile del Procedimento, sull'esatta esecuzione del contratto;

d. le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello Sponsor;

e. la definizione degli aspetti fiscali;

f. le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;

g. la disciplina di eventuali contenziosi;

h. le cause e le modalità di recesso del contratto da parte dell'Amministrazione.

3. I rapporti contrattuali sono tenuti dal Settore interessato.

ARTICOLO 16 – Verifiche e controlli

1. Le 'sponsorizzazioni' sono soggette a periodiche verifiche da parte del Settore Interessato al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo Sponsor. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ARTICOLO 17 - Aspetti contabili e 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, alla cui applicazione il presente regolamento fa rinvio.

2. Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente. Il corrispettivo previsto dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad IVA di legge", e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre soggetto a fatturazione. Gli importi utilizzabili ai fini

dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi/corrispettivi stessi al netto di quanto di competenza erariale per IVA.

3. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione consista in lavori, nella prestazione di servizi o nella fornitura di beni a carico dello sponsor, è fatto obbligo, ai sensi dell'art. 11 del DPR 633/1972, di operare la doppia fatturazione, ovvero la fatturazione dello sponsor al Comune del valore dei lavori, servizi o beni, soggetta all'Iva, e la fatturazione del Comune allo sponsor di un pari importo, sempre soggetto ad Iva, per il valore della promozione di immagine fornita allo sponsor, assumendo quale base imponibile IVA il valore dei lavori, servizi o beni forniti comprensivo di IVA.
4. In caso di sponsorizzazione tecnica, lo sponsor è altresì tenuto a versare mediante bonifico bancario al Comune di Riparbella, nel termine stabilito contrattualmente da quest'ultimo, l'importo dell'IVA dovuta dal Comune stesso all'erario per la propria attività di sponsorizzazione, operando compensazione estintiva del rapporto di credito/debito fra le parti sul resto degli importi.
5. La regolamentazione contabile del rapporto di sponsorizzazione, a seconda delle forme di realizzazione dello stesso, si effettuerà pertanto come di seguito indicato:
 - contributi economici: il Comune emetterà fattura al soggetto finanziatore per un importo pari al contributo pattuito nel contratto, con l'aggiunta dell'IVA;
 - cessione di beni e/o servizi: lo sponsor fatturerà al Comune un importo pari al valore stabilito nel contratto di sponsorizzazione, del bene, dei lavori o dei servizi ceduti e verserà al Comune, nel termine stabilito contrattualmente da quest'ultimo, l'importo dell'IVA dovuta dal Comune stesso all'erario per la propria attività di sponsorizzazione. In conseguenza, il Comune provvederà ad emettere fattura allo sponsor, a titolo di sponsorizzazione, assumendo quale base imponibile IVA il valore dei lavori, servizi o beni forniti comprensivo di IVA, con compensazione contabile e finanziaria delle due fatture;
 - compartecipazione economica alle spese di realizzazione delle varie attività organizzate dal Comune o assunzione diretta delle spese medesime: lo sponsor prenderà in carico il pagamento della fattura che dovrà essere emessa dal/i fornitore/i intestata allo sponsor e si applicheranno le stesse regole fiscali e contabili della cessione di beni e servizi, anche se questa viene fatta dal terzo fornitore e non dallo sponsor a cui sarà intestata la fattura emessa dal Comune;
 - adozione di aree verdi: lo sponsor provvederà a fatturare al Comune gli importi indicati nel preventivo e recepiti nel contratto, al termine della sistemazione e, qualora sia previsto che nel corrispettivo cui è tenuto lo sponsor rientri anche la manutenzione delle aree, dopo ogni anno di manutenzione; a sua volta, il Comune provvederà ad emettere fattura, a titolo di sponsorizzazione, applicandosi le stesse regole fiscali e contabili della sponsorizzazione tecnica.
6. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipulazione ed all'eventuale registrazione del contratto di sponsorizzazione e/o dell'accordo di collaborazione nei casi previsti dalla legge è a carico dello sponsor.

7. Nel caso in cui il corrispettivo della sponsorizzazione sia previsto in denaro, per i contratti aventi durata non superiore ad un anno, il relativo versamento dovrà essere effettuato subito dopo la sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione o dell'accordo di collaborazione. Per i contratti di durata pluriennale, andrà effettuato annualmente in forma anticipata, salvo diversa previsione contrattuale in generale e/o in presenza della garanzia di cui all'articolo 4, comma 3.
8. L'emissione di fattura da parte del Comune nei confronti dello sponsor avverrà ad avvenuto pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione in denaro o, per le altre ipotesi contrattuali, al verificarsi del primo evento fra consegna o fatturazione dei beni, lavori o servizi al Comune.
9. I soggetti che verranno individuati come Sponsor potranno godere di vantaggi fiscali derivati dagli investimenti in contratti di sponsorizzazione previsti dalla normativa vigente.
10. Al fine dell'assolvimento degli oneri relativi alla tracciabilità finanziaria, di cui alla L. n. 136/2010, si fa rinvio alla disciplina in vigore e alle relative linee guida attuative.

ARTICOLO 18 – AGEVOLAZIONI E VANTAGGI ECONOMICI

1. Rimangono a carico dello Sponsor, se e nella misura dovuta, 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.
2. L'importo massimo complessivo degli eventuali vantaggi economici concessi ai sensi di specifici regolamenti comunali deve essere comunque significativamente inferiore al corrispettivo offerto per la sponsorizzazione.

ARTICOLO 19 – TRATTAMENTO DATI PERSONALI

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste; i soggetti interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del Regolamento U.E. 679/2016 (GDPR).
2. I dati trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente Regolamento, possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici o privati in relazione alle finalità del Regolamento.

ARTICOLO 20 – Norma di rinvio e Codice di Comprtamento

1. Per quanto non disciplinato nel presente regolamento, si applicano le disposizioni di legge e regolamentari vigenti nel settore oggetto del contratto di sponsorizzazione.
2. Tutti i richiami alle norme contenuti nel presente regolamento devono intendersi effettuati alle disposizioni vigenti al momento dell'attuazione concreta del regolamento stesso, senza necessità di adeguamento espresso dello stesso (c.d. rinvio dinamico).
3. Si ritengono totalmente richiamati gli obblighi di attuazione ed adesione al “Codice di Comportamento” (così come previsto nel vigente piano triennale della prevenzione della corruzione, ai sensi del D.Lgs 50/2016 e DPR 62/2013), nonché al piano anticorruzione adottato dall'ente tempo per tempo vigente.

ARTICOLO 21 – Entrata in vigore

Il presente regolamento, una volta acquisita, da parte della delibera che lo approva, l'esecutività a norma dell'art. 134 del TU approvato con decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267, entrerà in vigore decorsi quindici giorni dalla pubblicazione della deliberazione di Consiglio Comunale che lo approva, all'Albo Pretorio e sul sito “Amministrazione trasparente”, sottosezione “disposizioni generali”.

SOMMARIO

TITOLO I – CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

ARTICOLO 1 - Oggetto

ARTICOLO 2 Finalità

ARTICOLO 3 – Definizioni

ARTICOLO 4 - Finalità delle iniziative di sponsorizzazione

ARTICOLO 5 - Vincoli

ARTICOLO 6 - Ambito di applicazione

ARTICOLO 7 - Individuazione e approvazione iniziative

ARTICOLO 8 - Oggetto e Contenuto

ARTICOLO 9 - Contratti assimilabili - Esclusioni

ARTICOLO 10 - Presupposto per la stipula dei contratti di sponsorizzazione

ARTICOLO 11 - Sponsorizzazione Tecnica

ARTICOLO 12 - Sponsorizzazione finanziaria

ARTICOLO 13 - Sponsorizzazione su beni culturali

ARTICOLO 14 - Diritto di rifiuto

ARTICOLO 15 - Contratto di sponsorizzazione

ARTICOLO 16 - Verifiche e controlli

ARTICOLO 17 - Aspetti contabili e fiscali

ARTICOLO 18 – Agevolazioni e vantaggi economici

ARTICOLO 19 – Trattamento dati personali

ARTICOLO 20 – Norma di rinvio e Codice di Comportamento

ARTICOLO 21 – Entrata in vigore