

**CITTA' DI VENARIA REALE**  
(Provincia di Torino)

---

Approvato con deliberazione C.C. n. 104 del 18/11/2008

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

# INDICE

## I -CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- Art. 1 - Oggetto del Regolamento
- Art. 2 - Finalità del Regolamento
- Art. 3 - Definizioni
- Art. 4 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari
- Art. 5 - Contenuto del contratto di sponsorizzazione e diritti di tutela dell'immagine dell'Amministrazione
- Art. 6 - Regola generale per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e del simbolo dello sponsee, nonché per la definizione della forma contrattuale
- Art. 7 - Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione
- Art. 8 - Vincoli di carattere generale
- Art. 9 - Il Comune di Venaria come sponsee
- Art. 10 - La figura dello sponsor
- Art. 11 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 12 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi
- Art. 13 - Sponsorizzazioni e lavori pubblici
- Art. 14 - Sponsorizzazioni plurime
- Art. 15 - Atti di mecenatismo

## II - MODALITA' DI SCELTA DEL CONTRAENTE

- Art. 16 - Regole generali e comuni
- Art. 17 - Diritto di prelazione
- Art. 18 - Contratto di sponsorizzazione
- Art. 19 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 20 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Art. 21 - Versamento del corrispettivo e polizza fidejussoria

## III - DISPOSIZIONI FINALI

- Art. 22 - Trattamento dei dati personali
- Art. 23 - Aspetti fiscali
- Art. 24 - Eccezione all'obbligo di fatturazione: sponsorizzazione dei servizi di manutenzione con collocazione di cartelli pubblicitari.
- Art. 25 - Verifiche e controlli
- Art. 26 - Riserva organizzativa
- Art. 27 - Entrata in vigore
- Art. 28 - Norme transitorie

## **I – CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

### **ARTICOLO 1 OGGETTO DEL REGOLAMENTO**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Venaria, in conformità delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997 n. 449, nell'art. 119 del D.lgs. 267/2000, nell'art. 26 del D.lgs. 163/2006, nonché sulla base delle disposizioni relative al CCNL per l'Area del Personale e Area Dirigenza degli Enti Locali.
2. Le norme del presente Regolamento comunale costituiscono la disciplina generale per la stipula di contratti di sponsorizzazione, afferenti allo svolgimento di attività e di iniziative di interesse del Comune di Venaria, per le finalità indicate nel successivo art. 2, nei settori e nei campi di intervento di cui al successivo art. 7.

### **ARTICOLO 2 FINALITA' DEL REGOLAMENTO**

1. Il Comune di Venaria intende avvalersi di contratti di sponsorizzazione, essenzialmente per:
  - a) realizzare maggiori economie di spesa, anche nel rispetto del patto di stabilità interno, come previsto dalle norme in vigore;
  - b) migliorare la qualità dei servizi istituzionali prestati;
  - c) incentivare e promuovere una più spiccata innovazione dell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'ente.
  - d) altre finalità da definire, anche a scopo sociale e umanitario, che facciano propri i citati punti a), b) e c).

### **ARTICOLO 3 DEFINIZIONI**

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:
  - a. **“contratto di sponsorizzazione”**, un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di 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 e la propria “immagine”, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari secondo le modalità ed i tempi pattuiti;
  - b. **“sponsorizzazione”**, ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
  - c. **“sponsor”**, ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 267/2000, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
  - d. **“spazio pubblicitario”**, lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune, o specificate nel bando, per la pubblicità dello sponsor;
  - e. **“veicolo pubblicitario”**, l'opera o la prestazione attraverso l'esecuzione della quale lo “sponsor” produce il beneficio conseguente alla sponsorizzazione; esso non necessariamente include la individuazione di uno “spazio pubblicitario”.

### **ARTICOLO 4 CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi sia con soggetti privati, singoli cittadini e/o figure giuridiche riconosciute dalla Legge, sia con associazioni senza fini di lucro, per realizzare ovvero beneficiare, a titolo gratuito, di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività di nuova realizzazione inseriti nei programmi di spesa, per i quali è previsto o prevedibile il finanziamento a carico del bilancio dell'Ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale, parziale, o programmatica, rispetto alla previsione di spesa, in relazione al totale o parziale raggiungimento del previsto risultato da parte dello sponsor e/o dello sponsee, senza oneri per l'Ente, ovvero con oneri ridotti.

**ARTICOLO 5**  
**CONTENUTO DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E DIRITTI DI TUTELA DELL'IMMAGINE**  
**DELL'AMMINISTRAZIONE**

1. Il contratto di sponsorizzazione determina, a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro, ovvero da forniture di beni e/o servizi, o dall'esecuzione di opere, prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune di Venaria, le modalità con cui questo Ente si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.
2. All'atto della sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione, il Comune di Venaria acquisisce oltrechè l'obbligo, anche il diritto alla divulgazione dell'iniziativa e il diritto alla tutela dell'immagine dell'Amministrazione, condizionata dall'effettiva e conclusiva realizzazione dell'iniziativa di sponsorizzazione.

**ARTICOLO 6**  
**REGOLA GENERALE PER L'UTILIZZO DEL NOME E DEL MARCHIO DELLO SPONSOR E DEL**  
**SIMBOLO DELLO SPONSEE, NONCHÉ PER LA DEFINIZIONE DELLA FORMA CONTRATTUALE**

1. Nei contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune di Venaria devono includersi obbligatoriamente le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi (dello sponsor e dello sponsee) con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "sponsorizzante o sponsee" ovvero dello "sponsor" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie del Comune di Venaria.
3. L'utilizzazione dello strumento della sponsorizzazione avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto da redigersi in forma scritta.
4. L'Amministrazione comunale può definire di volta in volta, 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.

**ARTICOLO 7**  
**AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Il Comune di Venaria può autorizzare forme di "sponsorizzazione" in relazione a:
  - a) Attività culturali di differente tipologia
  - b) Attività sportive
  - c) Attività di promozione turistica
  - d) Attività di informazione e di comunicazione istituzionale
  - e) Attività di valorizzazione del patrimonio comunale
  - f) Attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali
  - g) Esecuzione di scavi archeologici
  - h) Attività di miglioramento dell'assetto urbano
  - i) Attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano
  - j) Attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici
  - k) Ogni altra attività di rilevante interesse pubblico

**ARTICOLO 8**  
**VINCOLI DI CARATTERE GENERALE**

1. Tutte le iniziative supportate dalla forma di sponsorship di cui al precedente articolo, devono essere necessariamente dirette al perseguimento di interessi pubblici con i seguenti vincoli etici:
  - a) Devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) Devono essere consone e compatibili con l'immagine del Comune di Venaria;
  - c) Devono produrre risparmi di spesa;
  - d) Le prestazioni lavorative, ovvero le forniture di beni o servizi, oggetto della sponsorizzazione, dovranno essere eseguite da soggetti qualificati nelle rispettive competenze, secondo i vincoli normativi dei rispettivi ambiti di applicazione (commercio, lavori pubblici, servizi, ecc.) nel rispetto delle finalità di cui all'art. 2.
2. Sono in ogni caso categoricamente escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) Propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
- b) Pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacchi, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale e di armi;
- c) Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia anche non esplicita;
- d) Società che violano i diritti umani.

## **ARTICOLO 9 IL COMUNE DI VENARIA COME SPONSEE**

1. Con l'approvazione del presente Regolamento, il Consiglio Comunale autorizza in via generale la Giunta Comunale ad avvalersi di sponsorizzazioni e collaborazioni per il conseguimento di finalità d'interesse pubblico, diretto (fornitura di beni e servizi) e indiretto (recupero e miglioria di bene immobile).
2. La Giunta Comunale, nel rispetto del presente regolamento, autorizza per le attività del Comune di Venaria, il ricorso al finanziamento tramite sponsorizzazioni, in via generale con l'approvazione del P.E.G. (Piano Esecutivo di Gestione) e le sue successive variazioni ovvero, per iniziative specifiche, con apposite deliberazioni i cui benefici andranno rendicontati a consuntivo.
3. Tutte le conseguenti fasi attuative e gestionali inerenti alle iniziative di cui ai due commi precedenti sono demandate alla esclusiva competenza del dirigente preposto al servizio interessato (o maggiormente interessato), che vi provvede sotto la sua personale responsabilità attraverso appositi atti di determina.

## **ARTICOLO 10 LA FIGURA DELLO SPONSOR**

1. Possono assumere la veste di "sponsor" i seguenti soggetti:
  - a) Qualsiasi persona fisica, purchè in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la Pubblica Amministrazione;
  - b) Qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 c.c.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 c.c.);
  - c) Le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali del Comune di Venaria.

## **ARTICOLO 11 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE**

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente.
2. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente del servizio interessato per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

## **ARTICOLO 12 INIZIATIVA SPONTANEA O PER AZIONE DI TERZI**

1. La sponsorizzazione può avere origine per:
  - a) Iniziativa spontanea dell'Amministrazione Comunale;
  - b) Iniziativa di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 10.
2. Qualora l'iniziativa si correli alla proposta di soggetti terzi, essa – ferme restando le modalità di scelta del contraente di cui al Titolo II che segue – deve essere riconosciuta e valutata come utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali di questo Ente con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative.
3. Il riconoscimento della utilità della proposta di cui al comma 2, avviene in via convenzionale, mediante l'inserimento della stessa nel P.E.G., ovvero attraverso la deliberazione di Giunta che riconosca la corrispondenza dell'iniziativa con le finalità dell'ente.

**ARTICOLO 13**  
**SPONSORIZZAZIONI E LAVORI PUBBLICI**

1. Gli interventi ricompresi nell'ambito di applicazione della normativa sui lavori pubblici possono formare oggetto di un contratto di sponsorizzazione ai sensi degli articoli 119 del D.LGS. 267/2000 e dell'art. 43 della L. 449/1997.
2. All'affidamento di contratti di sponsorizzazione non si applica la normativa sugli appalti di lavori pubblici, in quanto non rientrano nella classificazione giuridica dei contratti passivi ovvero in quanto, nel caso della cosiddetta sponsorizzazione interna, danno origine ad un negozio gratuito modale.
3. I soggetti esecutori a qualsiasi titolo di lavori pubblici devono essere qualificati ai sensi di D.P.R. 34/2000.
4. Vista la determinazione della Autorità per la Vigilanza sui Lavori Pubblici n. 24 del 05.12.2001, sono altresì inserite quali "sponsorizzazioni", allo stesso titolo:
  - a) la progettazione;
  - b) l'esecuzione;
  - c) la direzione dei lavori;
  - d) il collaudo;
  - e) le certificazioni.
5. Per tipologie di opere in materia di lavori pubblici, su beni ed immobili comunali, compreso strade, infrastrutture e opere di urbanizzazione, l'utilità è attestata dal Dirigente del servizio competente in relazione alla sussistenza dell'obbligo di manutenzione del bene stesso.
6. E' obbligo dell'amministrazione vigilare e sorvegliare sugli interventi la cui esecuzione viene affidata ai soggetti sponsor, in quanto, trattandosi di lavori sui beni pubblici, è chiaramente individuabile una specifica responsabilità dell'amministrazione in relazione a qualsiasi intervento che su di essi si esegua.

**ARTICOLO 14**  
**SPONSORIZZAZIONI PLURIME**

1. Sono sempre ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o iniziativa.

**ARTICOLO 15**  
**ATTI DI MECENATISMO**

1. Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di "mecenatismo" da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di affidamento diretto, qualunque sia il valore della prestazione resa.

**II – MODALITA' DI SCELTA DEL CONTRAENTE**

**ARTICOLO 16**  
**REGOLE GENERALI E COMUNI**

1. La scelta del contraente avviene, di norma, con procedure di evidenza pubblica – che comunque tengano conto e si adattino alla peculiare atipicità dei rapporti in questione – tese a garantire il rispetto dei principi del Trattato di cui all'art. 2 del D.lgs. 163/2006 tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione, ma anche e soprattutto, la versatilità e agilità dell'istituto nell'evidente e irrinunciabile beneficio per l'Ente.
2. E' ammesso l'affidamento diretto, quando ricorrano le seguenti ipotesi:
  - a) iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere che, ove anche si sperimentassero procedure aperte o procedure ristrette, queste andrebbero verosimilmente deserte, o in ogni caso, risulterebbero di un improbabile buon esito;
  - b) quando si tratti di forniture di beni e servizi che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
  - c) Per le iniziative di importo inferiore a:
    - 40.000,00 EURO, per i lavori,

- 20.000,00 EURO, per le forniture e i servizi,  
in analogia a quanto disposto dall'art. 125 del Decreto 163/2006.
3. Per tutti gli altri casi è prevista la preventiva procedura di evidenza pubblica in cui vengono resi noti i criteri per l'individuazione del contraente.
  4. Per le iniziative che contemplino contemporaneamente diverse categorie di forniture, la somma cui fare riferimento per l'applicazione del presente regolamento è quella complessiva riferita alla singola iniziativa di sponsorizzazione; nel caso di sponsorizzazione plurima tale limite va riferito all'intervento dei singoli sponsor.
  5. Tutte le somme sono da intendersi escluse di I.V.A.
  6. E' obbligo del Comune di Venaria rendere pubblico il contratto di sponsorizzazione integrando le istituzionali pubblicazioni degli atti amministrativi presso l'albo pretorio del Municipio con la diffusione dei medesimi sul sito web e, qualora l'importanza dell'iniziativa lo rendesse opportuno, attraverso forme di diffusione sugli strumenti di informazione nazionale e locale.
  7. Anche qualora l'iniziativa della sponsorizzazione muova da privati o da soggetti terzi, il Comune di Venaria garantisce adeguate forme di pubblicità e di concorrenza al fine di comparare l'offerta ricevuta con possibili ulteriori offerte migliorative.
  8. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
    - a) l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "progetto di sponsorizzazione";
    - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
    - c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
  9. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
    - a) il bene, il servizio, l'attività, il progetto o l'iniziativa che si intende sponsorizzare;
    - b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.
  10. 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) per le persone fisiche
      - 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;
      - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
      - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);
      - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
    - b) per le persone giuridiche
      - oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentati.
  11. 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.
  12. In tutti i casi di rapporti di sponsorizzazione, il Dirigente competente adotterà i seguenti criteri di valutazione dell'offerta, come meglio specificati nell'avviso di evidenza pubblica o nella lettera di invito, ovvero nella proposta dello sponsor (in relazione a chi è promotore dell'iniziativa):
    - a) parametri tecnici, relativi ai beni o servizi che si intendono acquisire;
    - b) parametri economici sostitutivi dell'elemento-prezzo.

## **ARTICOLO 17 DIRITTO DI PRELAZIONE**

1. Il Comune di Venaria Reale, in qualità di titolare delle iniziative e proprietario dei beni da sottoporre alla sponsorizzazione, riconosce al proponente il diritto di prelazione legale, nel caso di esistenza di un contratto in essere di concessione, locazione, utilizzo o usufrutto del bene oggetto di sponsorizzazione.

## **ARTICOLO 18 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione, da parte dello sponsor e del Dirigente del Settore competente, di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) L'oggetto e la finalità della sponsorizzazione;
  - b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario, modalità della promozione e di utilizzo del marchio e presenza del logo dello sponsor sul materiale promozionale;

- c) la durata del contratto di sponsorizzazione (se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato, continuata nel tempo, il contratto deve essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata);
- d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor, nonché l'eventuale corrispettivo della sponsorizzazione;
- e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- f) le clausole in materia di controversie;
- g) ogni altra clausola e obbligo che l'Amministrazione ritenga all'uopo necessari.

#### **ARTICOLO 19 UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI**

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1, per un ammontare complessivo pari al 10 %, possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
  - a) nella misura dell' 8 %, sono destinati alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999;
  - b) nella misura del 2 %, sono destinati alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999;
3. La restante quota dell'90 % costituisce economia di bilancio e può, pertanto, essere destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

#### **ARTICOLO 20 DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI**

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare o risolvere in danno, previo preavviso e diffida di 15 gg., qualsiasi beneficio di sponsorizzazione qualora ravvisi gli estremi documentati della violazione dell'art. 8 del presente Regolamento.

#### **ARTICOLO 21 VERSAMENTO DEL CORRISPETTIVO E POLIZZA FIDEJUSSORIA**

1. Salvo diverso accordo tra le Parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito presso la Tesoreria Comunale, nella misura del 30%, al momento della sottoscrizione del contratto e, nella misura del restante 70%, a conclusione dell'evento o del lavoro o della fornitura di beni e/o servizi.
2. Nel caso di importo superiore a 20.000,00 Euro (per forniture o servizi), o a 40.000,00 euro ( per lavori), lo Sponsor dovrà costituire, a garanzia di detto importo, al momento della sottoscrizione del contratto, apposita polizza fidejussoria a beneficio del Comune di Venaria, per un importo pari al 10% degli oneri di sponsorizzazione.

### **III – DISPOSIZIONI FINALI**

#### **ARTICOLO 22 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste secondo la normativa vigente.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.



3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Venaria Reale in persona del Dirigente del Settore competente, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopraccitata.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

### **ARTICOLO 23 ASPETTI FISCALI**

1. Tutte le sponsorizzazioni si concretizzano in due prestazioni che si compensano vicendevolmente:
  - lo sponsor fornisce gratuitamente all'ente pubblico beni o servizi (con conseguente risparmio delle quote di finanziamento già previste nei capitoli di spesa ordinaria);
  - l'ente pubblico beneficiario della fornitura consente l'attivazione di iniziative promozionali o di immagine.Queste attività di scambio si configurano come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'IVA, secondo le previsioni dell'art. 11 del d.p.r. 26 ottobre 1972, n. 633. Nel caso di operazioni permutative, l'imponibile su cui viene applicata l'IVA è pari al valore normale dei beni e servizi oggetto di scambio (art. 13, secondo comma, lett. D) del D.P.R. 633 del 1972. Per la determinazione di tale valore normale, occorre fare riferimento (art. 14, comma 3, DPR 633/1972):
  - al valore commerciale o di mercato dell'intervento pubblicitario concesso dall'ente pubblico;
  - al valore commerciale o di mercato della prestazione o fornitura ceduta gratuitamente dallo sponsor.Sia l'ente pubblico che lo sponsor sono pertanto tenuti ad emettere fattura, indicando il valore normale e ad assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.
2. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma direttamente erogata, ovvero al valore dei beni, dei servizi e dei lavori forniti dallo sponsor, ovvero alla somma stanziata o da stanziare 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 dell'intervento.
3. Il valore della fatturazione, se correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario), è pari all'importo specificato al comma precedente.

### **ARTICOLO 24 ECCEZIONE ALL'OBBLIGO DI FATTURAZIONE: SPONSORIZZAZIONE DEI SERVIZI DI MANUTENZIONE CON COLLOCAZIONE DI CARTELLI PUBBLICITARI**

1. Nell'ipotesi in cui lo sponsor sia autorizzato ad installare cartelli che reclamizzano la propria immagine, in cambio della prestazione gratuita, se la installazione dei cartelli riguarda un'area comunale che appartiene al demanio o al patrimonio indisponibile dell'ente interessato, trova applicazione la disciplina sulla tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, ai sensi dell'art. 38 D.Lgs. 507/1993.
2. In questo caso, non si configura un'operazione permutativa e pertanto essa non è rilevante ai fini IVA, perché si è in presenza di un'entrata tributaria e non di corrispettivo.
3. Solo lo sponsor dovrà comunque emettere una fattura al Comune di Venaria per la prestazione di manutenzione effettuata gratuitamente, facendo riferimento al valore normale come sopra definito.

### **ARTICOLO 25 VERIFICHE E CONTROLLI**

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Dirigente competente in materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor (nei tempi utili agli adempimenti fiscali).
3. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

### **ARTICOLO 26 RISERVA ORGANIZZATIVA**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune di Venaria Reale secondo la disciplina del presente Regolamento.

E' facoltà del Comune, qualora si ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

**ARTICOLO 27**  
**ENTRATA IN VIGORE**

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della deliberazione consiliare d'approvazione.
2. Copia del regolamento esecutivo verrà consegnata a cura della Segreteria Generale a tutti i Dirigenti dei settori e al Collegio dei Revisori dei Conti.
3. Per quanto non esplicitamente previsto negli articoli del presente Regolamento, si fa formale rinvio alle leggi e normative vigenti in materia di regolamento dei rapporti con la Pubblica Amministrazione, nonché alla normativa contenuta nello Statuto e nei Regolamenti adottati dal Comune di Venaria Reale.

**ARTICOLO 28**  
**NORME TRANSITORIE**

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