



Automobile Club Bergamo

**REGOLAMENTO
PER LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

§ § §

Adottato dal Consiglio Direttivo nella seduta dell'8 settembre 2016

Indice

Art. 1 - Finalità	3
Art. 2 - Condizioni	3
Art. 3 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari	3
Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	3
Art. 5 - Esclusioni	4
Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione	4
Art. 7 – Diritto di rifiuto	4
Art. 8 – Versamento dei proventi di sponsorizzazione	5
Art. 9 – Aspetti fiscali	5
Art. 10 – Verifiche e controlli	5
Art. 11 – Ammissibilità	5
Art. 12 – Divieti	5
Art. 13 – Trattamento dei dati personali	6
Art. 14 – Foro Competente	6
Art. 15 – Riserva Organizzata	6
Art. 16 – Norme di rinvio	6
Art. 17 – Entrata in vigore	6

Art. 1 Finalità

1. Il presente Regolamento disciplina i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, da parte di AC Bergamo per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza

Art. 2 - Condizioni

1. Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:
 - a) il perseguimento d'interessi pubblici;
 - b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata
 - c) il conseguimento di risparmi di spesa e/o di nuove entrate per AC Bergamo.

Art. 3 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e pubblici, operatori economici, fondazioni, associazioni senza fini di lucro per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio di AC Bergamo.
2. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale o nell'acquisizione di nuove entrate.

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura a evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso nel rispetto dei dettami dell'art. 19 del D. Lgs. 18 aprile 2016 n. 50.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione sull'albo dell'Ente e sul sito dell'Ente (www.bergamo.aci.it),
3. L'avviso di sponsorizzazione deve contenere i seguenti dati:
 - a) oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione,
 - b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione,
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta o dovrà indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'attività, o la prestazione, che si intende sponsorizzare, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione,
 - b) l'accettazione delle condizioni previste per il progetto di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
6. Il contratto di sponsorizzazione sarà sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore AC Bergamo.

7. Con il contratto di sponsorizzazione verrà anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto.

Art. 5 - Esclusioni

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione oggetto del presente Regolamento quei soggetti, privati, pubblici, operatori economici, fondazioni, associazioni ed altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria e che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica di AC Bergamo.

Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il ricorso a forme di sponsorizzazione va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale nella forma scritta nel quale dovranno esser stabiliti in modo preciso i seguenti elementi:
 - a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione,
 - b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali,
 - c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine ai fini pubblicitari, di eventuali benefit
 - d) , di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e pubblicità,
 - e) la durata del contratto di sponsorizzazione,
 - f) gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e da AC Bergamo e le relative sanzioni in caso di inadempimento.
 - g) il corrispettivo della sponsorizzazione,
 - h) le eventuali garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa RCT) e le responsabilità,
 - i) le prescrizioni in materia di controversie, le spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso,
 - j) il contratto dovrà contenere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività di AC Bergamo.

Art. 7 – Diritto di rifiuto

1. L'AC Bergamo a suo insindacabile giudizio si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto d'interesse tra attività pubblica e quella privata,
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine e alle proprie iniziative,
 - c) la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica e religiosa,
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale,
 - c) pubblicità diretta o collegata ritenuta contraria al buon costume o sessista,
 - d) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 8 – Versamento dei proventi di sponsorizzazione

1. Salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito come indicato nell'avviso di sponsorizzazione.

Art. 9 – Aspetti fiscali

1. Ai fini IVA la sponsorizzazione oggetto del presente Regolamento si configura, in base al contenuto volta per volta pattuito dalle parti, come prestazione di servizi o come operazione permutativa.
La base imponibile del tributo è rispettivamente determinata ai sensi del comma 1 o del comma 2, lett. D) dell'art. 13 del D.P.R. n. 633/72

Art. 10 – Verifiche e controlli

1. L'AC Bergamo si riserva la facoltà di esperire verifiche periodiche al fine di accertare eventuali difformità a quanto convenuto nel contratto di sponsorizzazione, nonché contrarie al presente Regolamento.
2. Eventuali difformità potranno essere causa di risoluzione del contratto di sponsorizzazione, nonché conseguente incameramento della cauzione eventualmente prestata e causa di risarcimento danni.

Art. 11 – Ammissibilità

1. La comunicazione all'esterno della sponsorizzazione è da effettuarsi esclusivamente nei modi di seguito riportati attraverso l'inserimento del nome dello sponsor:
 - in banner pubblicitari,
 - nei siti internet istituzionali, anche mediante collegamenti ipertestuali,
 - nella cartellonistica applicata ad impalcature per il restauro o la realizzazione di immobili,
 - in documenti recanti comunicazioni istituzionali,
 - in depliant, volantini, regolamenti di manifestazioni sportive.

Art. 12 – Divieti

1. E' fatto divieto di:
 - comunicare allo sponsor i dati personali dei destinatari delle informazioni,
 - inserire messaggi pubblicitari all'interno dei documenti recanti comunicazioni istituzionali,
 - utilizzare dati personali per differenziare i messaggi pubblicati in relazione a caratteristiche dei destinatari delle comunicazioni istituzionali.

Art. 13 – Trattamento dei dati personali

1. I dati raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dello stesso.
2. I singoli interessati hanno la facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D. Lgs 196/2003.

Art. 14 – Foro Competente

1. Su tutte le controversie relative all'interpretazione ed esecuzione del presente Regolamento, nonché quelle relative alla fase procedurale di scelta fino alla conclusione del contratto, è competente il TAR Lombardia di Brescia.

Art. 15 – Riserva Organizzata

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall' AC Bergamo secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. L'AC Bergamo si riserva, qualora lo 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.

Art. 16 – Norme di rinvio

1. Per quanto non previsto nel presente Regolamento si applica la normativa vigente in materia ed in particolare il D. Lgs. n.50/2016.

Art. 17 – Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo alla sua pubblicazione sull'Albo dell'Ente nonché sul sito web dell'Ente.