



COMUNE DI MEDIGLIA
AREA SERVIZI GENERALI

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione C.C. n. 23 del 22/05/2008

INDICE

- Art. 1 Oggetto e finalità
- Art. 2 Definizioni
- Art. 3 Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari
- Art. 4 Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- Art. 5 Procedure di selezione dello sponsor
- Art. 6 Utilizzo delle sponsorizzazioni come elemento valutativo ulteriore nelle gare d'appalto per particolari servizi
- Art. 7 Contratto di sponsorizzazione
- Art. 8 Esclusioni
- Art. 9 Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Art. 10 Trattamento dei dati personali
- Art. 11 Aspetti contabili e fiscali
- Art. 12 Verifiche e controlli
- Art. 13 Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 14 Riserva organizzativa
- Art. 15 Norme di rinvio

Art. 1 - Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della L. 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1/4/1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5/10/2001.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione ed a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia, trasparenza ed imparzialità che regolano l'operato dell'Amministrazione Comunale.
3. Le iniziative di cui al comma 2 devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti.

Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) Per “**contratto di sponsorizzazione**” un contratto a titolo oneroso ed a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative già finanziate con appositi stanziamenti in bilancio, ad un terzo (sponsor) – che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro, oppure a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, diretta o indiretta – la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi pubblicitari, il proprio nome, logo, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili, nei modi previsti dal contratto;
 - b) Per “**sponsorizzazione**” ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere il proprio nome, logo, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili, conseguendo una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c) Per “**sponsor**” ai sensi dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d) Per “**spazio pubblicitario**” lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor. Lo spazio pubblicitario deve essere previsto all'interno dell'intervento oggetto della sponsorizzazione e non può essere reperito utilizzando gli spazi destinati alle pubbliche affissioni.

Art. 3 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro (costituite con atto notarile) per realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa dell'Ente.
2. Il risultato della sponsorizzazione si deve concretizzare nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale rispetto alla previsione di spesa iscritta nel Bilancio di Previsione dell'Ente, in relazione alla totale o parziale realizzazione dell'intervento da parte dello sponsor.

3. L'economia di bilancio di cui al comma 2. può essere realizzata anche mediante la corresponsione di un corrispettivo finalizzato al totale o parziale finanziamento dello stesso intervento, che sarà realizzato dall'Amministrazione.

4. La Giunta Comunale, con gli atti di indirizzo di cui all'art. 4, individua, per ciascuna procedura di sponsorizzazione, le modalità di realizzazione dell'economia di bilancio tra quelle previste ai commi 2 e 3 del presente articolo.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate dalla Giunta Comunale nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al responsabile. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile del Settore competente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare solo le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni, il cui finanziamento è già previsto a carico del bilancio dell'Ente, all'interno del Titolo I° - Spesa Corrente – interventi 2, 3, 5 e 8 nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 5 - Procedure di selezione dello sponsor

1. La procedura di selezione dello sponsor è di competenza del responsabile del Settore a cui è stata attribuita formalmente la "responsabilità di servizio" del capitolo del Piano Esecutivo di Gestione che prevede la spesa dell'intervento oggetto della sponsorizzazione. Si precisa che "la responsabilità di servizio" configura la responsabilità di raggiungimento degli obiettivi e, di norma coincide con la responsabilità del Settore.

2. Il Responsabile di cui al comma 1, sulla base degli indirizzi formulati dalla Giunta Comunale, ai sensi del comma 1 dell'art. 4 e del comma 11 del presente articolo, predispone ed approva il progetto di sponsorizzazione, che deve contenere tutti gli elementi utili ed in particolare:

- a) Le finalità del progetto e la descrizione analitica delle attività necessarie;
- b) La definizione del costo complessivo dell'intervento da attuare, suddiviso in tre sue componenti;
- c) Le modalità e i tempi di realizzazione;
- d) L'indicazione delle forme e delle modalità previste per la veicolazione della pubblicità da parte dello sponsor o degli sponsor;
- e) L'eventuale individuazione del personale comunale coinvolto nel progetto e la rispettiva percentuale di partecipazione;

L'atto di approvazione del progetto dovrà disporre l'impegno della spesa complessiva sul relativo capitolo del Piano Esecutivo di Gestione dell'Ente e dovrà essere pubblicato, contestualmente all'avviso di cui al comma 5.

3. La ricerca dello sponsor per il finanziamento di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività è effettuata, da parte del Comune, mediante trattativa privata o mediante procedura ad evidenza pubblica, secondo quanto previsto dal vigente Regolamento comunale per i lavori, le forniture e i servizi in economia, ed è comunque preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso, approvato anche contestualmente all'atto di approvazione del progetto di cui al comma 2.

4. Solo nel caso previsto al comma 3. dell'art. 3 (economia di bilancio derivante dalla corresponsione di un corrispettivo), la procedura di selezione può prevedere l'assegnazione contemporanea della sponsorizzazione di un progetto a più soggetti.

In questo caso l'assegnazione della sponsorizzazione dovrà avvenire con i seguenti criteri:

a) saranno ammesse alla sponsorizzazione le migliori offerte, in ordine di graduatoria, fino al raggiungimento del costo complessivo del progetto. Nel caso la somma residua non consenta l'ammissione della ulteriore offerta classificatasi utilmente, il soggetto interessato potrà essere interpellato, a insindacabile giudizio dell'Amministrazione, circa la possibilità di essere ammesso per la quota residua di sponsorizzazione.

b) Gli spazi pubblicitari previsti dal progetto saranno distribuiti proporzionalmente agli importi delle singole offerte ammesse alla sponsorizzazione.

c) Ai fini delle disposizioni del presente regolamento, la somma di tutte le offerte ammesse costituiscono un unico importo da considerarsi come risparmio di spesa del relativo progetto di sponsorizzazione.

d) Dovrà essere stipulato un contratto specifico per ogni soggetto assegnatario.

5. Nell'ipotesi di evidenza pubblica, dell'avviso di sponsorizzazione è data notizia mediante affissione all'albo pretorio, inserimento nel sito web istituzionale del Comune, nonché tramite altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

6. L'avviso, di cui al precedente comma 5., deve contenere in particolare:

a) L'oggetto della sponsorizzazione nonché i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;

b) L'esatta determinazione dell'eventuale spazio pubblicitario utilizzabile e la durata della pubblicità;

c) Le modalità e i termini per la presentazione dell'offerta;

d) L'importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, che potrà essere determinato, su preventiva scelta dell'Amministrazione:

- nella minore spesa complessiva, a carico del Bilancio dell'Ente per la realizzazione parziale o totale del progetto da parte dello sponsor, rispetto all'importo necessario per la realizzazione del progetto da parte dell'Amministrazione.

- nella corresponsione di un corrispettivo, sul quale dovrà essere applicata l'IVA al 20%, finalizzato al totale o parziale finanziamento dello stesso progetto, che sarà realizzato dall'Amministrazione.

7. L'offerta deve essere presentata direttamente all'Ufficio Protocollo del Comune ed in busta chiusa contenente all'esterno la dicitura " Offerta di sponsorizzazione per il Progetto denominato:". Saranno ammesse anche le offerte pervenute tramite Raccomandata con ricevuta di ritorno, fatto salvo comunque quanto indicato al terzo capoverso del comma 16.

8. L'offerta deve indicare, almeno:

a) Il progetto che si intende sponsorizzare;

b) La bozza preliminare del messaggio pubblicitario, coerente con le indicazioni in merito formulate sull'avviso;

c) Il corrispettivo della sponsorizzazione (vedi lettera d) comma 6 e art. 11);

d) L'accettazione delle condizioni previste nel progetto

9. 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:

- Per le persone fisiche:

- a) L'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt: 120 e seguenti della L. 24/11/1971 n.689, 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 imprese);

- Per le persone giuridiche:

- a) Oltre alle autocertificazioni sopraelencate riferite ai soggetti muniti di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

10. 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.

11. Solo nel caso previsto al comma 12, lettera c), la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici per pervenire alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati che manifestino spontaneamente la loro intenzione di assumere il ruolo di sponsor di interventi o iniziative per le quali non è stata prevista tale procedura. In tal caso si procede come segue:

- a) In presenza della manifestazione spontanea in forma scritta e protocollata, la Giunta Comunale formula gli indirizzi specifici per la definizione del progetto da sponsorizzare, il cui finanziamento deve essere già previsto in bilancio;
- b) Il responsabile di cui al comma 1 predispone ed approva il progetto secondo quanto indicato al comma 2 e lo trasmette al soggetto che ha manifestato l'intenzione per la sua sponsorizzazione, il quale presenterà la sua offerta secondo quanto indicato ai commi 8, 9 e 10;
- c) Il responsabile di cui al comma 1, procede secondo quanto indicato ai commi 12, 13 e 14.

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

- a) In caso siano state esperite senza esito le procedure di cui al comma 3;
- b) In casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a un soggetto determinato;
- c) Nel caso di sponsorizzazioni il cui progetto preveda un massimo di corrispettivo (corrispondente al costo totale o parziale del progetto) di un valore pari o inferiore a Euro 20.000,00.

Nei casi suddetti non si applicano le sole disposizioni previste dal presente regolamento che riguardano la scelta del contraente.

13. L'offerta di sponsorizzazione è valutata dal responsabile di cui al comma 1, e viene da questi autorizzata, contestualmente all'atto di affidamento, previa acquisizione delle verifiche di cui all'art. 8 ed ai commi 3 e 4 dell'art. 10.

14. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore competente per materia; con il contatto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'eventuale utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto.

15. Ove pervengano più offerte, viene approvata, con apposito atto dirigenziale, una graduatoria di merito con i criteri previsti al comma 16.

16. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune o sulla base dei punteggi attribuiti in ragione dei criteri qualitativo-economici fissati nell'avviso.

Nel caso previsto al comma 3. dell'art. 3 (economia di bilancio derivante dalla corresponsione di un corrispettivo), le offerte saranno inserite in graduatoria esclusivamente in ragione della maggiore utilità economica per il Comune.

In presenza di offerte che riportano lo stesso punteggio o che prevedono la stessa utilità economica per il Comune, le stesse saranno inserite in graduatoria in ordine di numero di protocollo assegnato dall'Ufficio comunale all'atto della consegna o della ricezione della Raccomandata A.R..

Art. 6 - Utilizzo delle sponsorizzazioni come elemento valutativo ulteriore nelle gare di appalto per particolari servizi

1. L'Amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione dei contraenti per appalti di servizi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione di progetti aventi le caratteristiche previste dal presente regolamento.

2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto il cui schema viene qui unito quale parte integrante del presente Regolamento.

Art. 8 – Esclusioni

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che siano stati oggetto di rescissione di contratti o concessioni da parte dell'Amministrazione Comunale a causa di gravi inadempienze, negligenza o malafede, con provvedimento divenuto inoppugnabile o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi offerta di sponsorizzazione qualora:

- a) Ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle sue iniziative o attività;
- b) La reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale;
- c) Derivi da società che attuano transazioni e/o vendita di armi e che effettuano sfruttamento del lavoro minorile così come definito dalle risoluzioni ONU e dal Governo Italiano.
- d) Ritenga che sussista un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni aventi ad oggetto:

- a) diffusione di messaggi offensivi, incluse espressione di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- b) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- c) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale.

3. Le motivazioni di cui alle lettere a) e b) del comma 1 sono verificate dal Segretario Generale, sentita la Giunta Comunale.

4. Le motivazioni di cui alle lettere c) e d) del comma 1 e al comma 2 sono verificate dal Responsabile del Settore competente.

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 dall'art. 7 del D.Lgs. 30/06/2003 n. 196.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Mediglia nella persona del Sindaco, il quale può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla 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 regolamento.

Art. 11 - Aspetti contabili e fiscali

1. Nel caso che la sponsorizzazione configuri una minore spesa complessiva, a carico del Bilancio dell'Ente per la realizzazione parziale o totale del progetto da parte dello sponsor, rispetto all'importo necessario per la realizzazione del progetto da parte dell'Amministrazione, non si procederà ad alcuna fatturazione, in quanto il pagamento delle relative forniture viene effettuato direttamente dallo sponsor.

2. Nel caso che la sponsorizzazione configuri la corresponsione di un corrispettivo, finalizzato al totale o parziale finanziamento dello stesso progetto, che sarà realizzato dall'Amministrazione, l'Ente emetterà fattura allo sponsor per il relativo importo incrementato dell'IVA al 20%. Il versamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato in un'unica soluzione contestualmente alla stipula del contratto relativo alla sponsorizzazione stessa.

3. Sulla base delle scelte formalizzate nell'atto di affidamento e nel relativo contratto l'Ente dovrà provvedere all'adeguamento delle previsioni di Bilancio ed alle conseguenti sistemazioni contabili;

Art. 12 - Verifiche e controlli

1. Il responsabile di cui al comma 1 dell'art. 5 controllerà il rispetto degli obblighi stabiliti dal contratto di sponsorizzazione ed in particolare accerterà la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica sono tempestivamente contestate allo Sponsor. La notifica e l'eventuale diffida produce gli effetti che verranno previsti specificatamente nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 13 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Nel caso previsto dal comma 2 dell'art. 3, le somme previste in bilancio, che erano state destinate alla realizzazione dei progetti, interventi o iniziative successivamente divenuti oggetto della sponsorizzazione e che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
2. Nel caso previsto dal comma 3 dell'art. 3, sono considerate risparmi di spesa le somme introitate dall'Ente come corrispettivi della sponsorizzazione, al netto dell'IVA da versare all'Erario.
3. I risparmi di spesa di cui ai comma 1 e 2 sono così destinati:

a) per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, come modificato dall'art. 4, comma 4 del CCNL 5/10/2001, nelle seguenti graduazioni percentuali applicate all'importo dei risparmi di spesa:

15% - per la quota dei risparmi	fino a €.	10.000,00	
10% - per la quota dei risparmi	da €.	10.000,01 a €.	20.000,00
7% - per la quota dei risparmi	da €.	20.000,01 a €.	50.000,00
5% - per la quota dei risparmi	da €.	50.000,01 a €.	100.000,00
3% - per la quota dei risparmi	oltre €.	100.000,00	

In ogni caso l'importo da destinare al fondo per lo sviluppo delle risorse umane non potrà superare il limite massimo di €.

20.000,00.
L'importo così determinato viene destinato per il 50% a finanziamento del premio incentivante per il personale che partecipa alla realizzazione del progetto di sponsorizzazione, individuato dal Responsabile di cui al comma 1 dell'art. 5, contestualmente all'approvazione del progetto stesso. Il restante 50% è destinato all'incremento della quota variabile del fondo generale per lo sviluppo delle risorse umane dell'anno in corso.

b) la rimanente quota dei risparmi di spesa resta nelle disponibilità di bilancio della Amministrazione e non può, in ogni caso, essere inferiore al 65% dei risparmi stessi.

Art. 14 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale 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 il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario. In questo caso non si applica la disciplina prevista dal presente regolamento, in quanto tale disciplina dovrà essere prevista dalla convenzione. Nel caso previsto dal presente comma non si applica, comunque, quanto previsto alla lettera a), comma 3 dell'art. 13.

Art. 15 - Norme di rinvio

Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa vigente in materia.



Comune di Mediglia

Provincia di Milano

CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

TRA

Il Comune di Mediglia, con sede in Mediglia, via Risorgimento, 5 - CAP 20060

P. IVA 09052980159 C.F. 84503580155,

rappresentato da.....

nato a il

nella sua qualità di

quale "**sponsee**".

E

La Società

con sede in, via n ... CAP

P. IVA C.F.,

rappresentata da

nato a il

nella sua qualità di

quale "**sponsor**".

Si conviene quanto segue:

ART. 1 - Oggetto del contratto e finalità

1. Il presente contratto ha per oggetto la sponsorizzazione del progetto (allegato A) relativo all'iniziativa/intervento denominato: approvato dalla Giunta Comunale di Mediglia con atto n. del
2. La sponsorizzazione è finalizzata a garantire ritorno d'immagine allo sponsor e il miglioramento dei servizi per lo sponsee.

ART. 2 - Impegni dello sponsee

1. Lo sponsee si impegna a veicolare l'immagine/il logo/il marchio aziendale dello sponsor secondo le seguenti modalità:

.....
.....

2. Lo sponsee si impegna ad adottare ogni misura e soluzione utile all'ottimale realizzazione dell'iniziativa/dell'intervento sponsorizzato.

ART. 3 – Clausola di esclusiva (ove ricorra il caso)

Lo sponsee riconosce allo sponsor esclusiva generale/commerciale in ordine alla sponsorizzazione oggetto del presente contratto. Lo sponsee si impegna a non inserire loghi o marchi distintivi di altri soggetti terzi nello spazio pubblicitario relativo al progetto sponsorizzato, a pena di risoluzione del contratto.

ART. 4 - Impegni dello sponsor

1. Lo sponsor si impegna a rendere il corrispettivo delle prestazioni di servizi a fini pubblicitari rese dallo sponsee.
2. Lo sponsor si impegna a mettere a disposizione dello sponsee il proprio marchio/logo aziendale o il proprio messaggio pubblicitario con adeguati strumenti che ne consentano la riproduzione ottimale a fini di veicolazione pubblicitaria.

ART. 5 - Valore del contratto

1. Il valore del presente contratto è determinato in euro
(*pari al valore del corrispettivo*)

ART. 6 - Modalità di resa del corrispettivo della sponsorizzazione da parte dello sponsor

1. Il corrispettivo della sponsorizzazione è reso dallo sponsor mediante messa a disposizione di beni e/o servizi per valore corrispondente a quello del presente contratto.
(*oppure*)
Lo sponsor versa al Comune, per quanto previsto nel presente contratto, una somma corrispondente al valore di cui all'art. 5, oltre l'IVA 20%, a mezzo
(*bonifico sul conto corrente bancario della Tesoreria comunale o assegno circolare intestato alla stessa Tesoreria*).
2. Il corrispettivo è determinato dal valore normale dei beni e servizi che formano oggetto di ciascuna delle operazioni permutative (prestazioni dello sponsee e "controprestazioni" dello sponsor). Tale corrispettivo non potrà in alcun modo subire variazioni di importo, anche a fronte di ritorno pubblicitario inferiore a quello previsto dalla società.
3. Lo sponsor e lo sponsee sono tenuti ad assolvere gli obblighi fiscali connessi a quanto previsto dai precedenti commi.

ART. 7 – Risoluzione del contratto

1. Le parti possono risolvere, per motivate ragioni, il presente contratto, con preavviso di 60 giorni, comunicato con lettera raccomandata.

ART. 8 - Clausola generale di rinvio

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente contratto si fa rinvio:
 - per gli elementi di disciplina contrattuale al Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni nonché alle disposizioni del Codice Civile ed alla normativa speciale in materia;
 - per l'utilizzo del marchio e dei segni distintivi al RD n. 929/1942 ed al Dlgs n. 480/1992 e successive modificazioni, nonché ad altra normativa speciale in materia.

ART. 9 - Durata del contratto

1. Il presente contratto vige per l'intera durata dell'iniziativa/dell'intervento oggetto della sponsorizzazione.

ART. 10 - Spese contrattuali

Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente la stipulazione del presente contratto è a carico dello sponsor.

d) Lo sponsor dichiara di non rientrare nelle categorie previste nell'art. 9, comma 1, lettera c) del vigente "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni", cioè di non attuare transazioni o vendita di armi e di non effettuare sfruttamento del lavoro minorile così come definito nelle risoluzioni ONU e dal Governo Italiano e nell'art. 9 comma 2, lettere b) e c), cioè che la pubblicità oggetto della sponsorizzazione non si riferisce a propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa, nonché alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale.

Lo Sponsee
Comune di Mediglia

Lo Sponsor
.....