

REGOLAMENTO PER LE SPESE PUBBLICITARIE E DI SPONSORIZZAZIONE

Art.1 **Premessa**

1. Il presente "regolamento" disciplina le erogazioni per pubblicità e sponsorizzazioni, che promanino da istanze provenienti da:
 - Associazioni/Organizzazioni;
 - Enti;
 - Privati (persone fisiche e società);che siano clienti (soci e non soci) della Banca e che esercitino, o si impegnino ad esercitare attività, interventi, manifestazioni od altro genere di iniziative che riservino adeguato spazio pubblicitario per la promozione dell'immagine della Banca e/o dei suoi prodotti e servizi.
2. Coloro che intendono accedere alle erogazioni per pubblicità o sponsorizzazioni previste nel presente regolamento devono presentare domanda alla Banca di Credito Cooperativo di Locorotondo, utilizzando l'apposito modulo¹ all'uopo predisposto dalla Banca, contenente i seguenti elementi:
 - generalità della persona fisica (in caso di privati), ovvero denominazione della persona giuridica, sede e nome del legale rappresentante del richiedente;
 - entità e/o natura della richiesta;
 - finalità, contenuta in adeguate note o relazione illustrativa, circa l'impiego di quanto si richiede;
 - impegno a presentare, a consuntivo, dettagliato rendiconto sull'utilizzo di quanto erogato, nonché la documentazione probatoria, ove eventualmente ritenuto, in sede di erogazione, dalla Banca.
3. Non rientrano in tale ambito le spese e gli investimenti pubblicitari in senso lato che il Consiglio di amministrazione della Banca dovesse deliberare di propria iniziativa nell'ambito di una pianificata attività di valorizzazione dei prodotti e servizi offerti dalla Banca o dell'immagine della Banca, ovvero in presenza di esigenze divulgative e di comunicazione connesse a specifici eventi o fabbisogni commerciali e/o istituzionali.

Art. 2 **Definizioni**

1. **Spese pubblicitarie:** Le spese sostenute dalla Banca, documentate da regolare fattura, nell'ambito di un rapporto sinallagmatico (cioè, a prestazioni corrispettive) con la controparte. Tali spese sono sostenute a fronte di prestazioni pubblicitarie che possono concretizzarsi nella generica messa a disposizione di spazi pubblicitari su giornali, riviste, periodici, libri, siti internet, media (radio e televisioni), ecc., ovvero su manifesti, locandine e inviti in occasione di specifici eventi, quale opportunità offerta da terzi per sostenere l'immagine della Banca (pubblicità istituzionale) ovvero prodotti e/o servizi della Banca (pubblicità di prodotto). La finalità di

sostegno finanziario al richiedente è marginale rispetto all'opportunità di ritorno pubblicitario per la Banca.

2. **Spese per sponsorizzazione:** Le spese sostenute dalla Banca, documentate da regolare fattura, per la contribuzione a un'iniziativa, a un programma di attività, ad un sodalizio, con la prevalente finalità di promuovere l'immagine della Banca, rispetto a quella di promuovere o sostenere l'iniziativa, il programma o il sodalizio medesimo.
3. **Cliente:** Ai fini dell'interpretazione del presente regolamento, il richiedente è da qualificarsi come cliente ove lo stesso ovvero soggetti a esso riconducibili per connessione giuridica o economica intrattengano con la Banca uno o più rapporti bancari dall'indubbia valenza economica, a insindacabile giudizio del Consiglio di amministrazione.

Art. 3

Pubblicità

1. Le "spese per pubblicità" sono esaminate e deliberate dal Consiglio di amministrazione, a fronte delle istanze/offerte presentate alla Banca, previa autonoma e insindacabile valutazione da parte del Consiglio di amministrazione in ordine alla coerenza tra l'importo della spesa ed il valore del ritorno pubblicitario della Banca. Assumono rilievo, a tal fine, il bacino di diffusione del veicolo pubblicitario, il target dei fruitori, la serietà del richiedente e dell'eventuale iniziativa, purché le attività promosse presentino interesse di carattere generale o comunque siano rivolte ad un'ampia fascia della popolazione.
2. Se trattasi di specifiche iniziative, sul materiale promozionale deve essere presente in modo il più possibile evidente il logo della Banca, senza alcuna manomissione e/o alterazione e, se richiesto dal Consiglio di amministrazione, la dicitura "Con la collaborazione della Banca di Credito Cooperativo di Locorotondo".

Art. 4

Sponsorizzazioni

1. Il Consiglio di amministrazione, in piena autonomia e indipendenza, valuta le proposte di sponsorizzazione sulla base di principi di coerenza tra l'entità della spesa a sostenersi e ed il ritorno d'immagine per la Banca, tenendo in particolare considerazione le caratteristiche dell'evento, del programma o del sodalizio, per la migliore tutela della reputazione della Banca. Anche per le sponsorizzazioni, assumono rilievo il bacino di diffusione dell'evento o del programma da sponsorizzare, il target dei fruitori, l'attività e la reputazione del sodalizio, purché le attività promosse presentino interesse di carattere generale o comunque siano rivolte ad un'ampia fascia della popolazione.
2. Le sponsorizzazioni sono contrattualizzate, così da definire chiaramente diritti e obblighi reciproci.

Art. 5

Deroghe

1. Fermo il principio secondo cui, ai sensi del precedente art. 1, comma 1, possono accedere ai contributi disciplinati dal presente regolamento soggetti che siano

clienti della Banca, il Consiglio di amministrazione potrà eccezionalmente valutare positivamente istanze che, per i loro obiettivi positivi riflessi socio-economici sul territorio, siano meritevoli di accoglimento, ancorché non provenienti da clienti.

Art. 6
Limiti di spesa

1. Le "spese per pubblicità" e le "spese per sponsorizzazioni" sono deliberate secondo l'ordine cronologico di presentazione delle domande, nel rispetto di un complessivo budget di spesa annualmente fissato dal Consiglio di amministrazione.
2. Nell'accoglimento delle richieste viene data preferenza a quelle provenienti da soggetti che nell'anno solare non hanno beneficiato di erogazioni.
3. Non assorbono lo stanziamento annuo le spese pubblicitarie deliberate in forza di specifiche e autonome iniziative varate dal Consiglio di amministrazione.

Art. 7
Imputazione contabile della spesa e pagamento

1. Le spese di cui al presente regolamento sono attribuite al conto economico dell'esercizio, secondo il principio di competenza economica. Il pagamento è effettuato a presentazione di regolare fattura corredata da documentazione probante la prestazione effettuata.

Art. 8
Norma transitoria

1. Il budget di spesa per l'esercizio in corso alla data di approvazione del presente regolamento è riferito alla residua frazione d'esercizio ed è responsabilmente determinato tenendo conto delle spese fino alla data sostenute. Conseguentemente, assorbono il budget dell'esercizio in corso esclusivamente le spese deliberate successivamente alla sua approvazione.

Locorotondo, 28 ottobre 2014

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE