

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvazione	Approvato con Delibera di Consiglio Comunale n.40 del 30/09/2005
Pubblicazione	Pubblicato all'Albo Pretorio il 14/10/2005 per gg 15 consecutivi
Entrata in vigore	Il presente regolamento è entrato in vigore il 15/10/2005 ai sensi dell'art. 44 comma 6 dello Statuto Comunale

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 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 (e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza).
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle 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, **nome, marchio, prodotti, attività ecc.** in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, **nome, marchio, prodotti, attività ecc.**, per conseguire un beneficio di immagine;
- c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- 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.

Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante **gara ufficiosa** preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso. E' consentito prescindere dalla pubblicazione dell'avviso, in caso di specifiche circostanze ed il valore del contratto non superi l'importo di € 20.000,00 annui.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato, *progetto di sponsorizzazione (sintetica descrizione dell'iniziativa e/o prestazioni richieste in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario), o foglio condizioni.*
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario e la **durata della pubblicità;**
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, l'attività, la prestazione ecc. che si intende sponsorizzare;

- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione o foglio condizioni;
- c) il corrispettivo della sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, 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 imprese);
- - 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 rappresentanti.

6. 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.

7. Le offerte di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con atto deliberativo della Giunta tenuto conto di quanto previsto nel successivo art. 7, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato, progetto o foglio condizioni.

8. Ove pervengono più offerte, con l'atto di Giunta anzidetto, è approvata un'apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.

9. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il Comune.

10. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor cominciando dal primo della graduatoria. In caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell'Ufficio interessato; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

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

2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, le prestazioni, i progetti e le attività dell'amministrazione, compresi gli eventi a rilevanza artistico-culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune o suo concessionario od affidatario.

Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario ed in genere alle forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) il corrispettivo per la sponsorizzazione;
 - d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - e) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze (pagamento anticipato, cauzione, risoluzione ipso iure, etc)

Art. 6 - 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 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:

a) implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, secondo i seguenti criteri:

- per sponsorizzazioni di importo inferiore o uguale ad €. 2.000,00, nella misura del 30% a favore del personale del settore/servizio che ha operato il risparmio ed il 15% a favore della generalità dei dipendenti;
- per sponsorizzazioni di importo compreso fra €. 2.000,00 e 5.000,00 nella misura del 25% a favore del personale del settore/servizio che ha operato il risparmio ed il 10% a favore della generalità dei dipendenti;
- per sponsorizzazioni di importo maggiore ad €. 5.000,00, nella misura del 20% a favore del personale del settore/servizio che ha operato il risparmio ed il 5% a favore della generalità dei dipendenti;

c) finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio, nella misura del 55%

d) la quota restante costituisce economia di bilancio.

La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata.

Art. 7 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 8 - 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. 10 del dlgs. n. 169/2000 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Sovizzo in persona del suo Sindaco pro tempore che 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.9 - Aspetti fiscali

1. Atteso che l'iniziativa sponsorizzata è collegata ad un preciso stanziamento di bilancio disposto secondo i programmi di spesa e che la sponsorizzazione determina un risparmio rispetto allo stanziamento disposto, la fatturazione dovrebbe coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, del capitolo interessato.
2. Qualora il corrispettivo del contratto di sponsorizzazione sia determinato in rapporto a prestazioni di servizi o forniture di beni a carico dello sponsor, l'obbligo di fatturazione grava su entrambi i soggetti coinvolti nel rapporto di sponsorship. In tal caso lo sponsor deve rilasciare all'amministrazione una fattura soggetta ad IVA, con importo pari al valore del bene o servizio erogato, mentre l'amministrazione deve emettere in favore dello sponsor una fattura di pari importo (anch'essa soggetta ad IVA) in relazione alla tipologia ed al valore del messaggio pubblicitario concesso.

Art.10 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 11 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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.