

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio comunale n.3 in data 09/03/2016
Pubblicato all'albo pretorio del comune dal 21/03/2016 al 05/04/2016 e in seconda
pubblicazione dal 06/04/2016 al 21/04/2016

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 favoriscono l'innovazione della organizzazione la realizzazione di maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati o 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 dell'ente; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3 - 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 in appositi e predefiniti spazi pubblicitari la propria ragione sociale, logo, marchio o prodotti;
 - b) per "*sponsorizzazione*": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria attività, ragione sociale, logo, marchio o prodotti;
 - 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 (marchio, logo, nome, attività) di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.
- d) ai fini del presente regolamento non costituisce sponsorizzazione l'offerta al Comune, a titolo di liberalità, di somme di denaro o altre utilità, effettuata in occasione di iniziative organizzate dal Comune stesso;

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante selezione ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso da parte del Responsabile del settore competente.
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. Per l'individuazione dello sponsor e per l'affidamento si applicano le disposizioni previste dalla normativa vigente.
4. L'avviso deve contenere, in particolare, almeno i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti di uno specifico capitolato predisposto dall'ufficio competente;
- b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario, cioè l'impegno da parte dell'Amministrazione per favorire la veicolazione del marchio, nome, logo dello sponsor;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- a) per le persone fisiche:
- l'inesistenza delle condizioni 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 per le 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.
7. 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.
8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio competente, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell'Ufficio competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "*spazio pubblicitario*" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 5 - 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 al Responsabile per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 6 - 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 all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze

Art. 7 - 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. Una quota dei risparmi di spesa di cui al comma 1, accertati sul titolo I della spesa, non superiore al 5%, sono destinati dalla Giunta Comunale, a decorrere dall'anno di applicazione del presente regolamento, all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane

e per la produttività di cui all'art. 15, comma 1, lett.d), del CCNL dell'1.4.1999;

3. La restante quota, non destinata ai sensi del precedente comma 2, è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio o, in alternativa, costituisce economia di bilancio.

Art. 8 - 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;

d) contrasto con prescrizioni di legge o regolamenti.

3. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.

Art. 9 - 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. 13 della legge 31.12.1996, n. 665 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Villafranca Piemonte 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. 10 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata 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, dei risultati del capitolo interessato.

2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 11 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Responsabile 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. 12 - 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, a seguito di provvedimento della Giunta Comunale.

Art. 13 - Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla sua seconda pubblicazione all'Albo Pretorio.