

Comune di Vobarno

Provincia di Brescia

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

INDICE

Art.1 - Oggetto e Finalità

Art. 2 - Contenuti della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione

Art. 3 - Definizioni

Art. 4 - Scelta dello sponsor

Art. 5 - Individuazione delle iniziative per le quali è ammessa la pubblicità e gestione delle sponsorizzazioni

Art. 6 - Utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni

Art. 6 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 8 – Finanziamento interventi

Art. 9 - Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili

Art. 10 - Trattamento dei dati personali

Art. 11 - Riserva organizzativa

Art. 12 – Verifiche e controlli

Art. 13 – Spese contrattuali

Art. 14 - Entrata in vigore

Art. 1

Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione comunale.
2. Il presente regolamento viene redatto in attuazione delle disposizioni contenute nell'art.43 della Legge 449/1997 e nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali, approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, dall'art. 7 della Legge 166/2002, nonché sulla base delle disposizioni relative al CCNL per l'area del personale;
3. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
4. Le iniziative di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, realizzare maggiori economie, incrementare gli introiti e migliorare la qualità dei servizi prestati, perseguire interessi pubblici, così escludendo forme di conflitto di interessi tra attività pubblica e privata, comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti previsti.
5. L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi del Comune compresa la realizzazione di opere pubbliche di minore consistenza economica.

Art. 2

Contenuti della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione

1. I contratti di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini e in generale chiunque eserciti attività non in conflitto di interesse pubblico.
2. La conclusione del contratto tende alla realizzazione o acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o l'equivalente corrispettivo inerenti programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente.

Art. 3

Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per "**contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo ovvero si obbliga a fornire a titolo gratuito una determinata prestazione o fornitura, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b. per "**sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione** ": ogni contributo in beni o servizi, denaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c. per "**sponsor**": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d. per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4

Scelta dello sponsor

1. La sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione può avere origine da iniziativa dell'Amministrazione comunale o dall'iniziativa di soggetti privati.
2. La scelta dello sponsor - quando il progetto di sponsorizzazione o l'accordo di collaborazione abbiano valore superiore ad € 20.000,00 - è effettuata a mezzo di gara preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso.
3. All'avviso anzidetto è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggior conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.
4. L'avviso, di cui ai precedenti commi, deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a. l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario;
 - b. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - c. le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso nonché quelle previste nel progetto di sponsorizzazione e, in particolare, indicare:
- a. il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b. il corrispettivo della sponsorizzazione.

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

per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

- se persone fisiche:

- a. l'inesistenza della condizione di incapacità 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;
- b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- d. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

- se persone giuridiche

oltre alle autocertificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

- per i soggetti pubblici

- e. il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
- f. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

7. L'offerta dovrà, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

8. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con atto deliberativo della giunta tenuto conto di quanto previsto dal successivo art. 9 del presente regolamento.
9. Ove pervengano più offerte, con l'atto di giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
10. La graduatoria è formata in ragione della maggior utilità economica per il Comune.
11. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascun sponsor cominciando dal primo della graduatoria. In caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.
12. Il contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente/responsabile del Servizio competente.

Art. 5

Individuazione delle iniziative per le quali è ammessa la pubblicità e gestione delle sponsorizzazioni

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal dirigente/responsabile del Servizio nel cui ambito si svolge l'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla giunta comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal dirigente/responsabile stesso.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazioni e/o accordo di collaborazione può interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività dell'amministrazione, non esclusi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal comune o suo concessionario od affidatario.
3. La gestione delle sponsorizzazioni sarà regolata da apposito contratto nel quale verranno, in particolare, stabiliti :
 - a. il diritto per lo sponsor alla pubblicità "non esclusiva" nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c. le verifiche ed i controlli sull'attività dello sponsor;
 - d. la durata del contratto di sponsorizzazione;

- e. il corrispettivo per la sponsorizzazione.
4. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato prima della firma del contratto, salvo che la Giunta comunale autorizzi il pagamento in data successiva. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento.

Art. 6

Utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della giunta comunale.
3. I proventi incassati verranno utilizzati per il finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio e, in percentuale determinata di volta in volta con atto di indirizzo della Giunta, all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività del personale.

Art. 7

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione 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 verranno utilizzate secondo le finalità di cui all'art.6, comma 3.
3. Qualora la sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione avvenga con la cessione di beni, prestazioni di servizi l'incentivo si applica sul valore dei beni, servizi sulla base di una perizia di stima redatta dall'ufficio competente.

Art. 8

Finanziamento interventi

1. Le disposizioni di cui agli art.6 e 7 non si applicano nei casi in cui le sponsorizzazioni e/o gli accordi di collaborazione siano diretti a finanziare interventi, servizi, opere di minore consistenza economica o attività non inseriti nei programmi di spesa dell'ente; in questi casi i proventi della sponsorizzazione e/o collaborazione sono interamente destinati alla copertura dei costi sostenuti per la realizzazione degli

interventi, servizi, opere di minore consistenza economica o attività di cui sopra.

Art. 9

Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a. ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra 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 opportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse 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 espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

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 dal D.lgs. n° 196/2003 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento è il comune di Vobarno in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.

4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'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

Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal comune nei modi precisati dall'art. 4 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.

Art. 12

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. 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 e/o accordo di collaborazione.

Art. 13

Spese contrattuali

1. Le spese per al stipulazione del contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione sono a carico dello sponsor.

Art.14

Entrata in vigore

1. Il regolamento entra in vigore dopo la pubblicazione all'albo pretorio per 15 giorni.