



REGOLAMENTO

PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE

DELLE SPONSORIZZAZIONI

Il presente regolamento è stato:

- **Approvato** con deliberazione del Consiglio Comunale n. 95 del 25.11.2004

Art. 1

Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'Art. 43 della legge 449/1997 e dell'Art. 119 del D.Lgs. 267/2000.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere al soddisfacimento di un interesse pubblico, a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare economie e/o maggiori entrate, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali, oltre a favorire la creazione di un sistema di relazioni con il settore privato e ad accrescere l'immagine dell'amministrazione comunale.

Art. 2

Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici e privati, purché in possesso dei requisiti di legge per stipulare contratti con la Pubblica Amministrazione per:
 - realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa con finanziamento, anche parziale, a carico del bilancio delle ente;
 - acquisire specifiche erogazioni di denaro.
2. In particolare detti contratti sono diretti a:
 - recuperare maggiori risorse per l'ente che consentano indirettamente di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;
 - migliorare gli standards di qualità con l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni ed attrezzature all'amministrazione comunale;
 - supportare progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune;
3. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'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 ovvero nella realizzazione di specifica entrata.

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 delle proprie iniziative, ad

un terzo (sponsor), che si obbliga in corrispettivo a corrispondere una somma di denaro od a fornire una predeterminata prestazione o bene a favore del Comune stesso, a fronte della possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, l'attività, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;

b. per "sponsorizzazione" e/o "accordo di collaborazione": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività e per conseguire un beneficio di immagine;

c. per "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) 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. 4

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione, anche sulla base di proposte ricevute da terzi, vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai responsabili dei servizi. Nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici ai responsabili dei servizi per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le attività, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente.
3. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.

Art. 5

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso ovvero mediante trattativa privata diretta qualora la natura, l'oggetto della sponsorizzazione e/o le modalità di realizzazione della stessa siano tali da escludere il ricorso a procedure aperte.
2. All'avviso di sponsorizzazione, approvato con determinazione del Dirigente del servizio interessato, 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 (o progetto di sponsorizzazione);

- b. l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario, cioè gli impegni dell'amministrazione per la veicolazione del marchio, nome, logo dello sponsor;
 - c. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
 - d. i vantaggi per lo sponsor (platea potenziale, bacino di diffusione del messaggio pubblicitario, ecc...)
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta dove lo sponsor deve indicare:
 - a. il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - a. l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
 5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a. l'inesistenza delle condizioni ostative a contrattare con la Pubblica Amministrazione 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;
 - e. 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. L'esame delle offerte di sponsorizzazione pervenute nei termini e nei modi indicati nei bandi viene effettuata dal responsabile del settore interessato, che prenderà in considerazione i seguenti elementi di valutazione: componenti economiche della proposta; capacità di porre in relazione l'iniziativa sponsorizzata con altri circuiti di pubblicizzazione propri dello sponsor; in caso di sponsorizzazione con lavori, servizi, beni: qualità, tecnica ed estetica del "prodotto", modalità di gestione dell'intervento, mezzi economici, umani e strumentali a disposizione. Il risultato dell'esame delle offerte di sponsorizzazione e l'individuazione dello sponsor viene approvato dalla Giunta Comunale.
 8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del servizio competente ; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.
 9. Qualora tuttavia un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari, al fine di rendere un servizio alla cittadinanza o tale da creare comunque un beneficio economico all'amministrazione, nonché nei casi di urgenza oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito di bando o avviso pubblico, previo esame dell'offerta da parte del Responsabile del servizio interessato, sulla base degli elementi di valutazione di cui al precedente comma 7, ed approvazione dal parte della Giunta Comunale, il Dirigente potrà provvedere alla redazione del contratto di sponsorizzazione.

10. Nel caso di sponsorizzazione di manifestazioni ed iniziative il cui preventivo di spesa non sia superiore ad Euro 2.500,00 il contratto di sponsorizzazione potrà essere affidato in modo diretto, senza preventiva pubblicazione di bando.

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 alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b. la durata del contratto di sponsorizzazione ovvero dei quantitativi massimi di riferimento;
 - c. gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 7

Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

1. L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune potrà essere realizzata nei seguenti modi:
 - nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, turistico, ricreativo, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, striscioni, tabelloni luminosi, ecc.), sia nel sito web del comune, nella pagina, dedicata all'informazione sulle manifestazioni e sulle attività organizzate dal comune a beneficio della cittadinanza;
 - nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il comune realizzerà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, per esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni.

Art. 8

Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I risparmi di spesa e le specifiche entrate derivanti dalla sottoscrizione di contratti di sponsorizzazione possono essere destinati in quota alla 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 sostituito dall'Art.4 del CCNL del 5.10.2001, nonché del fondo di retribuzione di risultato della dirigenza di cui all'Art. 26 del CCNL del 23.12.1999 secondo percentuali determinate di volta in volta dalla Giunta comunale, contestualmente alla deliberazione di

affidamento dell'iniziativa di sponsorizzazione.

2. La ripartizione al personale interessato dei proventi assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata rispettivamente per il personale dipendente e la dirigenza.

Art. 9

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. la pubblicità ingannevole ed offensiva.

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. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Saluzzo in persona del suo Sindaco pro tempore che nomina uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge vigente.
3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 11

Aspetti fiscali

1. Nel caso di contributo in denaro il Comune provvederà ad emettere fattura allo sponsor di importo pari al contributo economico ricevuto.
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, stimato ed indicato nel contratto di sponsorizzazione, 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. 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.
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.
3. Le parti possono risolvere, per motivate ragioni, il contratto di sponsorizzazione, con preavviso di 30 giorni, comunicato con lettera raccomandata. In ogni caso il contratto si intende risolto senza alcuna penalità per l'amministrazione comunale: qualora lo sponsor risulti inadempiente in modo grave e/o continuato in relazione ai suoi obblighi; qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al comune la realizzazione dell'iniziativa/dell'attività/del progetto.

Art. 13

Spese contrattuali

1. Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipula dei contratti, accordi o convenzioni sono a carico dello sponsor.

Art. 14

Clausola generale di rinvio

1. Per quanto non espressamente disciplinato dal presente contratto, si fa rinvio:
 - per gli elementi di disciplina contrattuale, alle disposizioni del codice civile ed alla normativa speciale in materia;
 - per l'utilizzo del marchio e dei segni distintivi dello sponsor al R.D. n. 929/1942 ed al D.Lgs. n. 480/1992 e successive modificazioni, nonché ad altra normativa speciale in materia.

INDICE

Art. 1	Finalità	pag.	2
Art. 2	Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari	pag.	2
Art. 3	Definizioni	pag.	2
Art. 4	Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	pag.	3
Art. 5	Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	pag.	3
Art. 6	Contratto di sponsorizzazione	pag.	5
Art. 7	Modalità di pubblicizzazione dello sponsor	pag.	5
Art. 8	Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	pag.	5
Art. 9	Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	pag.	6
Art. 10	Trattamento dei dati personali	pag.	6
Art. 11	Aspetti fiscali	pag.	6
Art. 12	Verifiche e controlli	pag.	7
Art. 13	Spese contrattuali	pag.	7
Art. 14	Clausola generale di rinvio	pag.	7