



Comune di Pianezza

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 48 del 21/09/2006

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 dell'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 a prestazioni corrispettive a titolo oneroso mediante il quale il Comune offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o a fornire un'opera, una fornitura o un servizio, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;
 - c) per "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - 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 Oggetto della sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione può essere concluso con soggetti pubblici o privati per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, 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, o nell'accertamento di una entrata.
2. L'Amministrazione può impegnarsi a veicolare l'immagine dello sponsor, sia nel corso di manifestazioni ed eventi di carattere culturale, sportivo e ricreativo, sia mediante l'utilizzo di spazi strutturali, su beni mobili o su strumenti di comunicazione aziendale.
3. E' demandata alla Giunta Comunale la disciplina degli spazi concedibili e le relative tariffe.

Art. 4 Progetto e scelta dello sponsor

1. La sponsorizzazione è preceduta dalla stesura di un progetto, redatto dal settore competente, contenente la descrizione dell'attività, le prestazioni richieste allo sponsor ed i benefici in termini di veicolazione dell'immagine offerti dall'amministrazione, la durata e le clausole di tutela rispetto a eventuali inadempienze.

2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante gara ufficiosa preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso. Con determinazione del Direttore del settore sono approvati il progetto di cui al punto precedente ed uno schema di avviso per la ricerca dello sponsor; all'avviso è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e con 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 progetto;
- b) L'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- c) Le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve riportare esattamente quanto richiesto dall'avviso. Deve inoltre essere accompagnata da una autocertificazione attestante:

- a) Iscrizione alla camera di Commercio e relativo numero;
- b) Nominativo del soggetto o dei soggetti cui fa capo la rappresentanza legale;
- c) Inesistenza in capo al soggetto o ai soggetti di cui al punto precedente di sentenze di condanna passate in giudicato o di patteggiamento per reati che incidano sulla moralità professionale o per delitti finanziari;
- d) Inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
- e) Assenza di collegamento con organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

5. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno da parte del candidato sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

6. Le offerte pervenute sono valutate dal Direttore competente che dispone, con determinazione, l'affidamento della sponsorizzazione.

7. La stipulazione del contratto è sostituita dalla sottoscrizione per accettazione da parte dello sponsor del progetto in ogni sua parte allegato in fase di presentazione dell'offerta.

Art. 5

Affidamento diretto

Potrà procedersi all'affidamento diretto delle sponsorizzazioni in caso di gare andate deserte e in casi eccezionali adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti giustifichino la partecipazione di soggetti determinati, per progetti fino ad un importo massimo di € 5.000.

Art. 6

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Direttore di Settore. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Direttore di Settore per l'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. 7

Utilizzo dei risparmi di spesa

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 utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) Nella misura del 20% ad implementazione delle risorse del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'articolo 15 del CCNL del 1.4.99;
 - b) Nella misura dell' %80 costituiscono economie.

Art. 8

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva la possibilità 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) Cartomanzia;
 - d) Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

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. 7 del D.lgs 196/2003.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune in persona del suo Sindaco che nomina uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata; 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 e nel rispetto della normativa vigente.

Art. 10

Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde alla quota della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa coperta dal contratto di sponsorizzazione.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor è pari all'importo di cui al comma 1.

Art. 11
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 progetto di sponsorizzazione.

Art. 12
Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.
2. È 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. 13
Diffusione non autorizzata

E' fatto espressamente divieto ad aziende e imprese commerciali di depositare, distribuire o diffondere in alcun modo materiale pubblicitario all'interno delle strutture comunali, all'infuori delle modalità previste dal presente regolamento.
Il materiale pubblicitario diffuso in violazione di quanto disposto dal presente regolamento sarà distrutto senza che sia imputabile all'Ente alcun costo.

Art. 14
Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento, dopo intervenuta l'esecutività della deliberazione di approvazione, sarà pubblicato per 15 giorni all'Albo Pretorio ed entrerà in vigore il giorno successivo all'ultimo di pubblicazione.