

REGOLAMENTO COMUNALE

PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Allegato alla delibera C.C. n.14 del 20.04.2009

Art. 1 - OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate e gestite dall'amministrazione comunale.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori economie, a migliorare la qualità dei servizi, sempre nell'ottica del perseguimento di interessi pubblici.
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 nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge n. 449/1997, nell'art. 119 del Decr. Legisl. vo n. 267/2000, nell'art. 2 della Legge n. 109/1994, nell'art. 2 del Decr. Legisl. vo n. 30/2004, nonché degli orientamenti espressi dal Consiglio di Vigilanza sui LL.PP. nella determina n. 24 del 5.12.2001 e nell'art. 26 del Decr. Legisl. vo n. 163/2006.

Art. 2 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e pubblici, 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.
2. 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 a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata

- prestazione, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
- b. per “sponsorizzazione”: ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, logo, 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 Decr. Legisl. vo 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 o 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 scelta dello sponsor è effettuata a mezzo di trattativa privata preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All’avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all’albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più conveniente per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L’avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - l’oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - l’esatta determinazione dello spazio pubblicitario e la durata della pubblicità;
 - le modalità e i termini di presentazione dell’offerta di sponsorizzazione.
4. L’offerta di sponsorizzazione deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:
 - Ö il bene, il servizio, l’opera, l’attività, la prestazione, ecc. che s’intende sponsorizzare;

- Ö l'accettazione delle condizioni, modalità, ecc. previste nel progetto che l'A.C. ha predisposto;
- Ö il corrispettivo della sponsorizzazione;
- Ö ciò che s'intende pubblicizzare;
- Ö l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

5. L'offerta deve essere accompagnata dall'autocertificazione attestante il possesso da parte dell'offerente e dell'esecutore del contratto dei requisiti soggettivi previsti dalle vigenti disposizioni di legge.

In modo specifico deve risultare:

per i soggetti privati (persone fisiche/giuridiche)

se persone fisiche:

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;

l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;

la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

se persone giuridiche:

- oltre alle certificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari.

per i soggetti pubblici:

- Â il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - Â la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
6. L'offerta di sponsorizzazione è istruita da parte del Responsabile del Servizio competente per materia con riferimento all'oggetto dell'iniziativa di sponsorizzazione

e sulla base dei criteri di valutazione stabiliti nel progetto medesimo, approvato quale “linea di indirizzo” dalla Giunta Comunale.

7. Ove pervengano più offerte il Responsabile del Servizio stilerà apposita graduatoria, che tenga conto della maggiore utilità economica per il Comune.
8. 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. Nel caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario, lo stesso è assegnato al primo in graduatoria.
9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio competente per materia, secondo quanto stabilito al comma 6. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario di cui al comma 8.

Art. 5 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE PER LE QUALI E' AMMESSA LA SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame ed approvazione di specifico progetto.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni 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, la realizzazione di OO.PP., la realizzazione dei lavori di cui all'allegato I del Decr. Legisl. vo n. 163/2006, gli interventi di restauro e manutenzione di beni mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela ai sensi del Decr. Legisl. vo n. 42/2004, i servizi di cui all'allegato II del Decr. Legisl. vo n. 163/2006, le forniture disciplinate dal Decr. Legisl. vo n. 163/2006.

Art. 6 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto, a mezzo scrittura privata, con oneri a carico dello sponsor, nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- le clausole di tutela, rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 7 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA E DELLE MAGGIORI ENTRATE DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONE

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che non risultano utilizzate a seguito della stipula del contratto di sponsorizzazione sono considerati risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa conseguiti a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione sono destinate al finanziamento di iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.

Art. 8 - DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - ◆ ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - ◆ ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - ◆ la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - Ö propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - Ö pubblicità diretta e collegata alla distribuzione o produzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - Ö 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 dal Decr. Legislativo n. 196/2003 e successive modifiche ed integrazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Colico in persona del suo Sindaco in carica che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata e del regolamento Comunale in materia (Regolamento sulla tutela della riservatezza dei dati personali).
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 presente 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 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 dall'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.
3. Salvo che per le parti espressamente richiamate, non si applica ai contratti di sponsorizzazione il Decr. Legisl. vo n. 163/2006.