

*REGOLAMENTO PER LA
DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI DEL
COMUNE DI BISTAGNO*

SOMMARIO

Art. 1 -Finalità.....	7
Art. 2 - Definizioni	7
Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	7
Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	8
Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione.....	8
Art. 6 - Responsabilità.....	8
Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni.....	8
Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni.....	9
Art. 9 - Trattamento dei dati personali	9
Art. 10 - Riserva organizzativa	9
Art. 11 - Entrata in vigore.....	6

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. 19 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 della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "*contratto di sponsorizzazione*" (di seguito denominato "Contratto"): un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione Comunale (sponsee) offre, nell'ambito di proprie attività, ad un terzo (sponsor) - che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito - la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto;
 - o 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;
 - o 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), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Bistagno;
 - o per "*spazio pubblicitario*": lo spazio fisico e/o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Bistagno per la pubblicità dello sponsor.
- o per "soggetto" un'impresa, pubblica o privata, nazionale o transnazionale, includendo le società controllate o collegate, in base alle definizioni ex art 2359 codice civile ed ex art. 7 L. 287/90, e le partecipazioni, anche di minoranza, gli appaltanti, i subappaltanti, i fornitori, i concessionari, i distributori, i contoterzisti, i detentori di brevetti, comunque inseriti nella struttura produttiva e commerciale dell'impresa. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un'iniziativa di pubblico interesse.

Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante selezione ad evidenza pubblica, secondo quanto stabilito dalla vigente disciplina dei contratti.
2. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione, in deroga al vigente regolamento dei contratti, nei seguenti casi:
 1. In caso sia stata esperita senza esito la procedura ad evidenza pubblica di cui al paragrafo precedente;
 2. In casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati all'urgenza e alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
 3. Nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a € 20.000,00 (IVA esclusa).
 4. In caso di manutenzione delle aree verdi, così come individuate nell'allegato A della deliberazione di Giunta n. 54.14.
3. La ricerca degli sponsor è pubblicizzata mediante pubblicazioni all'albo pretorio, inserimento **nel** sito internet del Comune e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato (o progetto di sponsorizzazione).
 - l'esatta determinazione della forma/spazio pubblicitario da concedere;
 - modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
5. Le offerte di sponsorizzazione devono contenere:

- l'indicazione dei contenuti del messaggio pubblicitario che si intende proporre nella sponsorizzazione;
 - la valutazione economica della sponsorizzazione;
 - l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate nel rispetto di criteri predefiniti negli specifici capitoli predisposti dai Servizi promotori le iniziative o gli eventi.
 7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolo.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di ricerca sponsorizzazione vengono prioritariamente programmate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Responsabili dei Servizi, con indicazione specifica dei settori di intervento. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici ai Dirigenti per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione di cui al precedente comma 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.
3. Relativamente alle attività finanziate con le sponsorizzazioni ed al fine di assicurare la continuità dei servizi, il bilancio di previsione dell'ente deve tenere conto anche delle ipotesi di mancato introito dovute alla mancata attivazione delle sponsorizzazioni stesse.
4. Le iniziative di sponsorizzazione sono attivate dai dirigenti dei servizi competenti per materia, secondo le previsioni del "Regolamento sull'ordinamento degli uffici e dei servizi", con le medesime procedure normalmente in uso in materia di affidamento di lavori o forniture di beni e/o servizi.

Art. 5 - 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 e/o supporto 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.
2. In ogni contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di Bistagno di recedere dal contratto prima della scadenza, subordinata alla tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve essere, inoltre, prevista, la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.
3. Il mancato o solo parziale pagamento del corrispettivo previsto, nei tempi stabiliti, o la mancata o parziale esecuzione delle prestazioni o dei servizi offerti sarà causa di risoluzione del contratto, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

Art. 6 - Responsabilità

Il Comune di Bistagno è sollevato da qualsiasi responsabilità di natura civile o penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività di promozione e pubblicità da parte dello sponsor.

Art. 7 - Utilizzo delle maggiori entrate derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le attività oggetto di sponsorizzazione dovranno comportare il riconoscimento da parte dello "sponsor" di un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito secondo la previsione del relativo contratto. A tale scopo l'Amministrazione comune provvederà alla fatturazione delle suddette somme secondo la normativa vigente.

2. Le maggiori entrate o le economie di spesa derivanti dai contratti di sponsorizzazione possono essere utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, nonché del fondo di retribuzione di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 secondo i seguenti criteri:
 - per sponsorizzazioni di importo inferiore o uguale a € 50.000,00 nella misura del 25%;
 - per sponsorizzazioni di importo compreso fra € 50.000,00 e € 100.000,00 nella misura del 20 %;
 - per sponsorizzazioni di importo maggiore a € 100.000,00 nella misura del 15 %;
 - b) la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.
3. La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata rispettivamente per il personale dipendente e la dirigenza.

Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. I soggetti che provvedono ad attivare le iniziative di sponsorizzazione possono riservarsi di rifiutare le proposte degli eventuali sponsor qualora:
 - a) possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) nel messaggio pubblicitario possa ravvisarsi un possibile pregiudizio o danno all'immagine o alle iniziative dell'Amministrazione comunale;
 - e) non possano essere accettate 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 (esclusi prodotti vitivinicoli e suoi derivati), materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - e) 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. 30.06.2003, n. 196 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Bistagno nelle persone dei dirigenti responsabili delle strutture promotrici delle iniziative di sponsorizzazioni;
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 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata dalle strutture organizzative comunali 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 appalto l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni tramite agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 11 — Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore --- giorni dopo la pubblicazione all'Albo Pretorio della deliberazione di sua approvazione.