

REGOLAMENTO

PER LA DISCIPLINA

E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

DEL

COMUNE DI TEMPIO PAUSANIA

Ai sensi dell'art. 43 della L. 449/97 e dell'art. 119 del D.Lgs. 267/00

Approvato con delibera del Consiglio Comunale n. 34 del 30.06.2009

SOMMARIO

Art. 1 – Finalità.....	3
Art. 2 – Definizioni.....	3
Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	3
Art. 4 - Recepimento di offerte spontanee	4
Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	4
Art. 6 – Contratto di sponsorizzazione	4
Art. 7 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	4
Art. 8 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	5
Art. 9 – Trattamento dei dati personali.....	5
Art. 10 – Aspetti fiscali	5
Art. 11 – Verifiche e controlli	5
Art. 12 – Riserva organizzativa	5
Art. 13 – Entrata in vigore	5

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 C.C.N.L. del 01.04.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del C.C.N.L. del 05.10.2001 (e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del C.C.N.L. 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

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Tempio Pausania (*sponsee*) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (*sponsor*), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, 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 di Tempio Pausania;
 - d. per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Tempio Pausania per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante gara ufficiosa 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, e/o invio alle associazioni di categoria e 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;
 - c. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
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;
 - b. l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a. per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni 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;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - b. per le persone giuridiche:
 - oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato 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. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Settore che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
 8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del Settore che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 4 - Recepimento di offerte spontanee

1. L'Amministrazione può recepire offerte spontanee formulate da soggetti interessati a sponsorizzare la realizzazione di interventi o di attività che risultino rispondenti all'interesse pubblico.
2. Se il corrispettivo della sponsorizzazione consiste in una somma di denaro il dirigente competente, prima di sottoscrivere il contratto, valuta la congruità della proposta in relazione ai valori di mercato.
3. Se il corrispettivo della sponsorizzazione proposta consiste in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor si applica l'art. 3 tranne nei casi, adeguatamente motivati, in cui la tempistica che scandisce la proposta non consenta il materiale esperimento delle procedure competitive e la proposta stessa appaia comunque congrua ed economicamente sostenibile.
4. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare la propria proposta originaria a quella eventualmente selezionata dall'Amministrazione a seguito delle procedure di cui al comma 3 del presente articolo, aggiudicandosi in tal modo la sponsorizzazione.

Art. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del P.E.G. assegnati al Dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Dirigente 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. 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 all'utilizzazione dello spazio 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.

Art. 7 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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 sono utilizzati per le seguenti finalità:
 - a. Per l'85% ad implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del C.C.N.L. del 01.04.1999, per il 15% ad implementazione del fondo di retribuzione di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del C.C.N.L. del 23.12.1999, secondo i seguenti criteri:
 - per sponsorizzazioni di importo inferiore o uguale a € 2.500,00 nella misura del 25%;
 - per sponsorizzazioni di importo compreso fra € 2.500,00 e € 5.000,00 nella misura del 20%;
 - per sponsorizzazioni di importo maggiore a € 5.000,00 nella misura del 15%;
 - b. nella misura del 50% sono destinate al finanziamento di altre iniziative culturali secondo le indicazioni del bilancio;
 - c. la restante quota costituisce economia di 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. 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 (ad esclusione di quelle iniziative volte alla valorizzazione dei prodotti locali), materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c. 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 della Legge 30.06.2003, n. 196 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Tempio Pausania in persona del suo Sindaco.
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 – 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 Servizio Comunale che ha curato il procedimento di sponsorizzazione, 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. 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 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore 15 giorni dopo la pubblicazione all'Albo Pretorio della deliberazione di approvazione.