

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA
GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI
DEL COMUNE DI PISOGLNE

Approvato con delibera C.C. n.13 del 30/03/2006

SOMMARIO

ART. 1 - FINALITÀ

ART. 2 - DEFINIZIONI

ART. 3 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

ART. 4 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

ART. 5 - INDIVIDUAZIONE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

ART. 6 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

ART. 7- UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 8 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 9 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

ART. 10 - VERIFICHE E CONTROLLI

ART. 11 - RISERVA ORGANIZZATIVA

ART. 12 - ENTRATA IN VIGORE

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 una migliore qualità dei servizi istituzionali nonché a realizzare maggiori economie.

Art. 2 - DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

- per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Pisogne (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità veicolare e pubblicizzare il suo nome e segno distintivo (ragione sociale, logo, marchio).
- per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi (sponsor), allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;
- per "**sponsor**": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Pisogne;
- per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Pisogne per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro.

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. 4 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE

SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante gara ufficiosa preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
3. 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.
4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione;
 - b) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta dove lo sponsor deve indicare:
 - c) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - d) l'accettazione delle condizioni previste nel disciplinare o capitolato.
6. L'offerta è valida solo se il soggetto che la presenta certifica:
 - 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 o religiosa.
7. L'Amministrazione Comunale non potrà ammettere offerte da parte di organizzazioni di natura politica, sindacale o religiosa.
8. Le offerte o proposte di sponsorizzazione sono approvate dalla Giunta Comunale previa istruttoria del responsabile dell'Area interessata.
9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell'Area che organizza l'iniziativa o l'evento, il quale interviene in rappresentanza del Comune.

Art. 5 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile 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 alla pubblicità nell'ambito dell'iniziativa;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione o le attività legate a sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor, che deve il corrispettivo pattuito anche se non realizza il ritorno pubblicitario sperato;
 - 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 di spesa e non utilizzate a seguito della stipula del contratto di sponsorizzazione, sono considerate risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
 - nella misura del 75% finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - la restante quota del 25% costituisce economia di bilancio.
3. L'assegnazione della quota di risorse a favore delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 sarà stabilita, di volta in volta dalla Giunta Comunale contestualmente alla Delibera di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione.

Art. 8 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

4. 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.
5. 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.

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 D.Lgs 30.06.2003, n. 196 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Pisogne in persona del suo Sindaco che nomina uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
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 - 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.

Art. 11 - 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. 12 - ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente regolamento entra in vigore 15 giorni dopo la pubblicazione all'Albo Pretorio della deliberazione che lo approva.