

COMUNE DI CASPERIA



REGOLAMENTO

RELATIVO AI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI

(Approvato con deliberazione di consiglio comunale n.36 del 30/11/2004)

REGOLAMENTO RELATIVO AI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONI

Art.1 *Finalità*

Il presente Regolamento viene redatto in attuazione delle disposizioni contenute nell'Art.43 della Legge 449/97, dell'Art.119 del D.Lgs. 267/2000, dall'Art.7 Legge 166/2002.
Le iniziative di sponsorizzazioni tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione di economie di bilancio, per una migliore qualità dei servizi istituzionali.
L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi dell'Amministrazione.

Art.2 *Contenuti della sponsorizzazione*

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici o privati, imprese individuali, associazioni, fondazioni, cittadini ed in generale chiunque, in regione della propria attività si occupa di problematiche non in conflitto con l'interesse pubblico. La conclusione del contratto tende alla realizzazione o acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o l'equivalente corrispettivo inerenti 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 e/o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in realizzazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art.3 *Definizioni*

Ai fini del presente Regolamento si intende:

1. per contratto di sponsorizzazione, un contratto mediante il quale il Comune(sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e/o marchio in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
2. per sponsorizzazione, ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti (in tal caso sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata ai fini prefissati), provenienti da terzi a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o marchio aziendale;
3. per sponsor, il soggetto pubblico e/o privato che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
4. per spazio pubblicitario, lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la sua pubblicità.

Art.4 *Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor*

La Giunta, in relazione ai singoli progetti e/o attività di competenza, in funzione dell'entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un bando o avviso pubblico, indicando tra l'altro le

categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.

Del bando o dell'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio comunale.

Il bando o l'avviso devono contenere, in particolare, i seguenti dati:

1. l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
2. l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
3. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;

L'offerta deve in ogni caso essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

1. l'inesistenza delle condizioni a contrarre con la pubblica amministrazione di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 689/81, ed ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
2. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
3. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
4. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica, o religiosa;
5. l'eventuale nome del rappresentante legale o del soggetto munito del potere di rappresentanza;
6. eventuale qualificazione in caso di effettuazione di lavori pubblici;
7. l'impiego da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

Le offerte sono valutate dall'Ufficio competente, nel rispetto dei criteri stabiliti nel bando od avviso pubblico.

Qualora tuttavia un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti, al fine di rendere un servizio alla cittadinanza, nei casi di urgenza comprovata oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito del bando o avviso pubblico, previa istruttoria degli effetti benefici, la Giunta può autorizzare la redazione del contratto di sponsorizzazione.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile dell'area competente. In tale contratto viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel bando, avviso, capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Art.5

Contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

1. L'individuazione dell'oggetto del contratto;
2. valore della sponsorizzazione;
3. impegni e/o obblighi dello sponsee;
4. modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
5. impegni e/o obblighi dello sponsor;
6. servizi, ecc da eseguire a corrispettivo dell'attività dello sponsee;
7. verifiche e controlli sulle attività dello sponsee;
8. verifiche e controlli su attività dello sponsor;
9. profili economici del rapporto contrattuale;
10. recesso;
11. inadempimenti e risoluzioni del contratto;

12. risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
13. spese e disposizioni contrattuali finali;

Art.6

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

L'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

1. ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
2. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
3. la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

1. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
2. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
3. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art.7

Trattamento dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art.13 della Legge n.665/96 e s.m.i.

Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Casperia in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla citata Legge.

Art.8

Aspetti fiscali

Il valore della fatturazione della 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. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo di cui al comma precedente.

Art.9

Verifiche e controlli

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.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art.10
Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento. 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.

Art.11
Amministrazione in qualità di sponsor

L'Amministrazione può essa stessa assumere la veste di sponsor in relazione alle seguenti iniziative:

1. per particolari manifestazioni od iniziative culturali, inerenti alla pubblicizzazione e/o valorizzazione di attività o beni culturali;
2. per attività sportive ed altre attività sociali che abbiano rilevanza nazionale, regionale o provinciale, con particolare riferimento ad Associazioni e/o Società che operino nel settore dei portatori di handicap o nella ricerca scientifica.