



COMUNE DI SAN MAURO PASCOLI
Provincia di Forlì - Cesena

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA
E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI

adottata con deliberazione consiliare n. 51 del 23.07.2003, esecutiva

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.

2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori economie, nonché a migliorare la qualità dei servizi istituzionali.

Art.2-Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, 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; 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 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 anche di contenuto finanziario, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale o denominazione in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale; la sponsorizzazione può realizzarsi anche attraverso la messa a disposizione di somme per il finanziamento totale o parziale della spesa o dell'iniziativa;
- c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- 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-Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La modalità di scelta dello sponsor è affidata a Responsabile del Settore interessato in via prevalente all'iniziativa. Di regola è effettuata a trattativa privata preceduta da gara ufficiosa modulata sull'asta pubblica.

2. In tal caso 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 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 o proposta di contratto;
- b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

4. Potranno essere conclusi contratti di sponsorizzazione a trattativa privata diretta nei seguenti casi:
- a) quando la sponsorizzazione abbia un valore fino a 2.500 euro;
 - b) quando lo sponsor sia un soggetto con il quale il comune intrattenga particolari rapporti istituzionali derivanti dalla partecipazione al soggetto stesso.

Art.5 Offerta di sponsorizzazione

1. In ogni caso l'offerta di sponsorizzazione deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o nel progetto.

2. 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 appartenenza ad 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.

3. 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.

4. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile di Settore di volta in volta competente nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

5. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art.6- Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati a ciascun Responsabile di Settore. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione. La Giunta può, in tali sedi, segnalare la necessità o l'opportunità che il contratto di sponsorizzazione venga concluso a trattativa privata diretta con un soggetto determinato, indicando le ragioni di tale scelta.

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. 7 - 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 utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la consistenza del contratto di sponsorizzazione o la sua durata in termini temporali;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

2. Nel caso di cui all'art.4), comma 4) lett. a) i rapporti fra i soggetti saranno regolati attraverso uno scambio di corrispondenza.

Art.8- 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. La Giunta Comunale determinerà le finalità cui destinare tali risparmi di spesa tenendo conto di quanto disposto dall'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.

Art.9- 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, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art.10 - 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. 13 della legge 31.12.1996, n.665 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il comune di San. Mauro Pascoli in persona del suo sindaco pro tempore che può nominare 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.11 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa o diversamente individuata nel caso di sponsorizzazioni di carattere generico; 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.12 - 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. 13 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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.