

COMUNE DI MONTENERO DI BISACCIA
PROVINCIA DI CAMPOBASSO

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n° 16 in data 17/06/2011

INDICE

Art. 1 – Finalità

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

Art. 3 – Definizioni

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Art. 5 - Ruolo dell'Amministrazione Comunale quale sponsee

Art. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 10 - Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

Art. 11 - Trattamento dei dati personali

Art. 12 - Tutela dei marchi

Art. 13 - Aspetti fiscali

Art. 14- Verifiche e controlli

Art. 15 - Riserva organizzativa

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

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con: enti pubblici, 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, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale 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;
- c) per "sponsor": il soggetto 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 scelta dello sponsor è effettuata secondo le vigenti disposizioni di legge e secondo la disciplina contenuta nel regolamento comunale per i lavori, le forniture e i servizi in economia, 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, 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;
- 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 indicante:

- 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 di divieto 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;
- 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.

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 dall'ufficio Finanziario, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del settore Finanziario del Comune; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 5 - Ruolo dell'Amministrazione Comunale quale sponsee

1. L'Amministrazione opera come sponsee, in relazione a progetti, iniziative, interventi per i quali intende acquisire risorse qualificate o significativo sostegno alle proprie attività di sviluppo delle finalità istituzionali.

2. I contratti di sponsorizzazione nei quali l'Amministrazione assume ruolo di sponsee possono avere a titolo di corrispettivo anche la messa a disposizione di beni e di servizi per valore pari a quello del contratto.

Art. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al responsabile del settore Finanziario. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici 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. 7 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione delle sponsorizzazioni, all'interno di ogni singolo progetto, verrà regolata mediante apposito contratto nel quale verranno stabiliti tutti gli elementi necessari. Sarà pertanto necessario indicare:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- la completa descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- l'eventuale diritto di "esclusiva";

- la durata del contratto e l'eventuale sua rinnovabilità;
- il corrispettivo;
- le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
- le responsabilità e impegni reciproci;
- le possibili cause di risoluzione del contratto;
- l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- l'onere delle spese di bollo e di registrazione prevista;
- la facoltà per il Comune di Montenero di Bisaccia di recedere dal contratto prima della scadenza, subordinata alla tempestiva comunicazione e le modalità con cui tale comunicazione deve avvenire;
- la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danni all'immagine del Comune di Montenero di Bisaccia, non siano perseguiti i fini sociali e di pubblica utilità cui il Comune di Montenero di Bisaccia deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

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 per essere utilizzati secondo gli indirizzi dettati dalla Giunta Comunale.

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 - Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

1. L'Amministrazione definisce le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile.

2. In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicitate clausole di esclusiva:

- generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;
- commerciale, con formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor, ciascuno individuato come controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.

3. L'Amministrazione evidenzia la sussistenza o meno di clausole di esclusiva generale o commerciale.

Art. 11 - 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 Montenero di Bisaccia 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. 12 - Tutela dei marchi

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Amministrazione prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei luoghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. L'Amministrazione può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative ai propri segni distintivi, qualificando con appositi atti lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Art. 13 - 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. 14- 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. 15 - 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.

Il presente regolamento:

- è stato deliberato dal consiglio comunale nella seduta del 17/06/2011 con atto n. 16;

- è stato pubblicato all'albo pretorio comunale per quindici giorni consecutivi dal 04/07/2011 al 19/07/2011.

con la contemporanea pubblicazione, allo stesso albo pretorio ed in altri luoghi consueti, di apposito manifesto annunciante la detta pubblicazione;

- è stato pubblicato sul sito pubblico accessibile per via telematica così come prescritto dall'art. 14, comma 3 del d.P.R. 12 aprile 2006, n. 184.

- è entrato in vigore il giorno: 01/07/2011.