

COMUNE DI VILLADOSSOLA – PROVINCIA DEL V.C.O.

Regolamento per l'acquisizione e la gestione delle sponsorizzazioni

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, lettera 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 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 soggetti privati (comprese le associazioni di volontariato riconosciute) ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.
2. I contratti di cui al comma 1 sono conclusi per:
 - a. 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 un'economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza onere per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor;
 - b. Consentire di pubblicizzare la loro ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari a fronte del pagamento di un corrispettivo in denaro.

Art. 3

Definizioni e competenze

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 o un corrispettivo in denaro o una predeterminata prestazione a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) Per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro, o 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 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;

- e) I “progetti di sponsorizzazione” che prevedono il pagamento di un corrispettivo in denaro per consentire di pubblicizzare la ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari sono gestiti dal Servizio Finanziario;
- f) I “progetti di sponsorizzazione” che prevedono l’acquisizione a titolo gratuito di beni o servizi o la realizzazione di interventi e prestazioni inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell’ente, sono realizzati dai funzionari responsabili dei relativi procedimenti di spesa.

Art. 4

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, secondo la vigente normativa, 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;
 - 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 e, di regola, indica:
 - a) Il bene, il servizio, l’attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) L’accettazione delle condizioni previste nell’avviso.
5. L’offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) Per le persone fisiche:
 - ✓ L’inesistenza delle condizioni ostative a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 689/1981 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);
 - 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’apposita commissione (composta dal Segretario e dal responsabile del Servizio Finanziario), nel rispetto dei criteri definiti nell’avviso.

Art. 5

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Il ricorso alle “sponsorizzazioni” può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell’Ente nelle ordinarie voci.

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;
 - b. La durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c. Gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d. Le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
2. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Funzionario responsabile del servizio nel cui ambito rientra il progetto di sponsorizzazione; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nell'avviso.

Art. 7

Utilizzo dei corrispettivi in denaro e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I corrispettivi in denaro nonché i risparmi di spesa derivanti dalla realizzazione dei progetti di sponsorizzazione sono utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) Nella misura del 0,5% sono destinate ad eventuali dipendenti direttamente interessati e coinvolti nelle varie fasi dell'acquisizione della sponsorizzazione, individuati da apposito atto da parte del funzionario competente, attraverso un'implementazione di pari importo del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1/4/1999;
 - b) La restante quota costituisce economia di bilancio.
2. La determina di ripartizione e liquidazione dell'eventuale incentivo tra gli aventi diritto è di competenza del Responsabile del Servizio Affari Generali ed è unica per anno di riferimento.
3. Le somme erogate a titolo di incentivo sui progetti di sponsorizzazione realizzati si intendono al netto dei contributi a carico dell'ente.

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 interessi 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, "nuove dipendenze";
 - 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 dal D.Lgs. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Villadossola nella 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 all'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 della voce di bilancio interessata.
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 competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi e quantitativi.
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 le modalità 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.

Art. 13

Entrata in vigore

1. Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo all’intervenuta esecutività della deliberazione consiliare di approvazione.