

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' DI
SPONSORIZZAZIONE E PER LA RELATIVA GESTIONE
(Delibera di Consiglio n.41 del 29/09/2005
così come modificata dalla Delibera di Consiglio n.9 del 30/01/2006)

ART. 1 FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art.43 della legge 449/1997 e nell' art. 119 del D.Lgs 267/2000.

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 e associazioni senza fini di lucro, costituite con atto notarile, per realizzare o acquisire, 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, 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) si obbliga a consentire ad altri (*sponsor*) la possibilità di pubblicizzare il proprio marchio e/o la propria ragione sociale e/o propri prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, dietro corrispettivo, che può sostanziarsi in una somma di denaro e/o in beni e/o in servizi da erogarsi da parte dello sponsor;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il proprio marchio e/o la propria ragione sociale e/o i propri prodotti;
- c) per "sponsor": il soggetto privato e l'associazione senza fini di lucro, costituita con atto notarile, 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. Nel caso in cui la sponsorizzazione non superi i 5.000,00 euro iva esclusa, la scelta dello sponsor è effettuata mediante l'utilizzo della procedura per le spese in economia, previa pubblicazione di avviso.
Per importi superiori, la scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica 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 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 del progetto di sponsorizzazione;
- b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
- 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, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

-l'inesistenza della incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 32 ter e seguenti del Codice Penale e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;

-l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla normativa antimafia ;

-l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo per le imprese);

b) per le persone giuridiche:

-oltre alle autocertificazioni sopra elencate, rese dai 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 ed alle relative autorizzazioni.

7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Settore competente per la gestione del bene o del servizio in cui viene individuato lo spazio pubblicitario, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.

8. Qualora a seguito della procedura ad evidenza pubblica non pervengano offerte di sponsorizzazione, il competente Responsabile di Settore può procedere a trattativa privata anche mediante accettazione dell'offerta di sponsorizzazione che sia pervenuta dopo l'esaurimento della procedura ad evidenza pubblica.

9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore competente di cui al precedente comma. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto nel rispetto degli adempimenti, previsti a carico dello sponsor, dalle disposizioni vigenti in materia di imposta sulla pubblicità e diritti sulle pubbliche affissioni.

ART. 5 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate con il PEG. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutti i servizi, le prestazioni le iniziative, i prodotti e i beni di cui sia titolare o che vengano comunque realizzati/e dal Comune di Gabicce Mare.

3. Nell'ambito del PEG o della delibera della Giunta Comunale sarà anche approvato il progetto di sponsorizzazione con l'individuazione del minimo dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

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 utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi a carico dello sponsor;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

ART. 7 DIRITTO DI RIFIUTO ALLE 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, razziale od etnica;
- 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. 8 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 del D. Lgs. 196/2003 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune, in persona del suo Sindaco *pro tempore*.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti.

5. I dati possono essere oggetto di comunicazione a soggetti pubblici, privati e enti pubblici economici e di diffusione in relazione alle finalità del presente regolamento e nel rispetto di quanto previsto dal D. Lgs. 196/2003. La comunicazione e la diffusione di cui al presente comma può essere quindi effettuata per i dati diversi da quelli sensibili e giudiziari. Ai dati sensibili e giudiziari si applica la disciplina prevista dal D. Lgs. 196/2003 (e in particolare dagli artt. 20, 21 e 22 del medesimo) e dal Regolamento dei diritti di accesso dei cittadini alle informazioni ed agli atti e documenti amministrativi che all'allegato "A" riporta i dati trattabili e le operazioni eseguibili.

ART. 9 ASPETTI FISCALI

1. La sponsorizzazione è soggetta alla normativa fiscale vigente tempo per tempo.

ART. 10 VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia in relazione alla gestione del bene o del servizio in cui viene individuato lo spazio pubblicitario, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicate allo sponsor. La comunicazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART.11 DISPOSIZIONI FINALI

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata, di norma, direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' facoltà del Comune, qualora lo ritenga conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni a soggetti specializzati.

3. Le norme contenute nel presente regolamento non si applicano qualora una persona fisica, una persona giuridica o un altro soggetto comunque terzo rispetto al Comune offra al Comune medesimo un contributo in denaro, beni, servizi prestazioni o interventi ed il Comune non metta a disposizione lo spazio pubblicitario di cui all'art. 3 del presente regolamento.

In tali ipotesi, ove necessario, i rapporti tra il Comune ed i soggetti sopra citati sono regolati da appositi accordi facendo salvo in ogni caso quanto previsto dalla normativa vigente tempo per tempo.

4. Qualora pervenga al Comune un'offerta per una sponsorizzazione in relazione alla quale non sia stato approvato un progetto di sponsorizzazione, il Comune medesimo può accettare l'offerta senza effettuare una procedura ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso, purchè ricorrano i seguenti presupposti: a) l'offerta sia di importo inferiore a € 5000,00 con esclusione dell'iva b) il responsabile del settore competente attesti la congruità dell'offerta in relazione allo spazio pubblicitario messo a disposizione. Nell'ipotesi di cui al presente comma si prescinde dalla stipulazione del contratto di sponsorizzazione ma trovano applicazione le norme del presente regolamento in quanto compatibili.