

Comune di Agordo
Provincia di Belluno

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E 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 T.U.E.L. 267/2000 e delle vigenti disposizioni dei CC.CC.NN.LL2.
- 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 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 o comunque, della somma corrispondente.

ART. 3 – Definizioni

- 1) Ai fini del presente regolamento si intende per:
 - a) **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 o a pagarne il valore, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) **SPONSORIZZAZIONE**: ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria immagine sociale;
 - c) **SPONSOR**: il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - d) **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 mediante trattativa privata con ricerca di contraente 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 in eventuali 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 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 e, di regola, indica:
 - a) il bene, l'attività, il servizio, o la prestazione che si intende sponsorizzare ovvero la somma corrispondente;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.

- 5) L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) 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;
 - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - c) per le imprese l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
 - d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - e) 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) Le autocertificazioni di cui al comma precedente devono essere contenute in una dichiarazione unica contestuale, conforme al modello appositamente predisposto dall'Amministrazione comunale.
- 7) Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal responsabile del servizio proponente, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.
- 8) Ove non espressamente vietato dalla legge, la clausola sponsor può essere inserita in qualunque procedimento di gara, purché sia rispettata la par condicio di tutti i concorrenti e purché la sponsorizzazione, ai fini dell'aggiudicazione, non divenga criterio preponderante.
- 9) Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile dell'Ufficio interessato; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel progetto di sponsorizzazione.

ART. 5 – Trattativa privata diretta

- 1) E' possibile l'affidamento del contratto di sponsorizzazione a trattativa privata diretta, quando il valore complessivo della sponsorizzazione, non superi i 20.000 Euro.

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 servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al responsabile del servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
- 2) Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione, agli effetti di cui al successivo art. 8, 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 ordinari.
- 3) L'Amministrazione comunale può comunque acquisire beni e servizi a titolo gratuito, ancorché non specificatamente previsti nei capitoli di spesa ordinari. In tal caso non si fa luogo alla ripartizione dei proventi di cui al successivo art. 8.

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 durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d) 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.
- 2) I risparmi di spesa di cui al precedente comma sono utilizzati:
 - a) nella misura e con le modalità previste dal contratto decentrato aziendale, sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, nonché per la retribuzione di risultato dei responsabili dei servizi, secondo la disciplina di cui ai CC.CC.NN.LL.;
 - b) la parte residuale è a disposizione della Giunta comunale per il finanziamento di qualunque altra iniziativa.

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 derivarne 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.
- 3) Il responsabile del servizio è tenuto, prima della stipula del contratto di sponsorizzare, ad esaminare il contenuto dei messaggi pubblicitari al fine di evitare il verificarsi dei casi di cui ai precedenti commi. Ove detti casi si verificassero comunque, il contratto eventualmente stipulato è risolto di diritto, fatto salvo il risarcimento dei danni, anche d'immagine, per l'Amministrazione comunale.

ART. 10 - Trattamento dei dati personali

- 1) I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previsti.
- 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 e integrazioni.
- 3) I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
- 4) 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 versata dallo sponsor o al valore in denaro del servizio, fornitura o intervento prestati gratuitamente.
- 2) Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al precedente comma.

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 comunicazione 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 della Giunta comunale, qualora lo ritenga più opportuno o 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. In questo caso non si fa luogo alla ripartizione dei risparmi realizzati ai sensi del precedente art. 8.

ART. 14 – Entrata in vigore

- 1) Il presente regolamento, giusta il combinato disposto dell'art. 134 T.U.E.L.267/2000 e dell'art. 10 delle disposizioni preliminari al codice civile, entra in vigore il quindicesimo giorno successivo a quello della sua pubblicazione, pubblicazione che avverrà contestualmente alla deliberazione che lo approva.

INDICE

ART. 1 – Finalità	2
ART. 2 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari	2
ART. 3 – Definizioni	2
ART. 4 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	2
ART. 5 – Trattativa privata diretta	3
ART. 6 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	3
ART. 7 – Contratto di sponsorizzazione	3
ART. 8 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	4
ART. 9 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	4
ART. 10 – Trattamento dei dati personali	4
ART. 11 – Aspetti fiscali	4
ART. 12 – Verifiche e controlli	5
ART. 13 – Riserva organizzativa	5
ART. 14 – Entrata in vigore	5