

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 – Finalità

Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge n. 449/97, nell'art. 119 del D. Legislativo n. 267/00 e nel vigente CCNL del Personale del comparto Regioni ed Autonomie Locali.

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

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 un'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

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 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

La scelta dello sponsor è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso all'Albo pretorio, inserimento nel sito Internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e nelle altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

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.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere:

- a) i dati identificativi dello sponsor;
- b) l'indicazione del bene, del servizio, dell'attività o della prestazione che si intende sponsorizzare;
- c) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione;
- d) l'autocertificazione attestante: per le persone fisiche, l'inesistenza di ogni situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale, di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia, di procedure concorsuali o fallimentari se imprese, di controversie in atto col Comune; per le persone giuridiche, oltre alle autocertificazioni elencate, riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del/i legale/i rappresentante/i;
- e) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dalla conferenza dei Responsabili dei Servizi del Comune, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del servizio interessato, indicato nel progetto.

ART. 5 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati. In alternativa, nel corso dell'esercizio, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente Regolamento.

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.

ART. 6 – Contratto di sponsorizzazione

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;
- e) l'eventuale diritto di esclusiva;
- f) le responsabilità e impegni reciproci;
- g) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie
- h) l'onere delle spese di bollo e di registrazione.

ART. 7 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa e possono essere utilizzate per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 20% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, di cui all'art. 15 del CCNL dell'1/4/99;
- b) nella misura del 50% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato, di cui all'art. 26 del CCNL del 23/12/99;
- c) nella misura del 20% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio;
- d) la restante quota del 10% costituisce economia di bilancio.

ART. 8 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

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.

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 inadeguato allo sviluppo giovanile o ai sentimenti tradizionali della comunità;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 9 – Trattamento dei dati personali

I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dello stesso previste. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D. Legislativo n. 196/03. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Alberobello in persona del Sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità della legge.

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti agli uffici comunali, tenuti all'applicazione del presente Regolamento. 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

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.

Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor è pari all'importo specificato al comma precedente.

ART. 11 – Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale contraente, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sotto il profilo tecnico, quantitativo e qualitativo.

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente contestate allo sponsor per iscritto; la contestazione e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 12 – Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.

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.