

CITTÀ DI SILVI



COMUNE DI SILVI
Provincia di Teramo

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI**

(APPROVATO CON DELIBERAZIONE DI CONSIGLIO COMUNALE N° 16 DEL 24/03/2005)

ART. 01

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 del 01.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 05.10.2001 e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.
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. 02

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.

Art. 03

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 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. 04

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Il dirigente/funziario responsabile del Settore di competenza, in relazione ai singoli progetti e/o attività di competenza, in funzione dell'entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un bando o avviso pubblico, indicando, tra l'altro, le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione.

Del bando o dell'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito Internet del Comune di Silvi, comunicazione agli organi di stampa locali e con altre forme di pubblicità, ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

Il bando o l'avviso devono contenere, in particolare, i seguenti dati:

1. l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
2. l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
3. le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

L'offerta deve in ogni caso essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

1. l'inesistenza delle condizioni a contrarre con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 689/81, ed ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
2. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
3. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
4. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
5. l'eventuale nome del rappresentante legale o del soggetto munito del potere di rappresentanza;
6. eventuale qualificazione in caso di effettuazione di lavori pubblici;
7. l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

Le offerte sono valutate dall'Ufficio comunale competente, nel rispetto dei criteri stabiliti nel bando od avviso pubblico.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente/funziionario responsabile del Settore competente. In tale contratto viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel bando, avviso, capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Art. 05

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente/funziionario responsabile. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente/funziionario responsabile per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
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. 06

Contratto di sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

1. L'individuazione dell'oggetto del contratto;
2. Valore della sponsorizzazione;
3. Impegni e/o obblighi dello sponsee;
4. modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
5. impegni e/o obblighi dello sponsor;
6. Lavori, servizi, ecc. da eseguire a corrispettivo dell'attività dello sponsee;
7. verifiche e controlli sulle attività dello sponsee;

8. verifiche e controlli su attività dello sponsor;
9. Profili economici del rapporto contrattuale;
10. durata del contratto di sponsorizzazione, comunque non superiore a 5 anni;
11. Inadempimenti e risoluzione del contratto;
12. Risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
13. Spese e disposizioni contrattuali finali.

Art. 07

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione, che risultino non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) nella misura del 10%, sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999;
 - b) nella misura del 10% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999;
 - c) nella misura del 70% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - d) la restante quota del 10% costituisce economia di bilancio.

Art. 08

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. 09

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 dagli artt. 7 e ss. del D.Lgs.n. 196 del 30/06/2003;
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Silvi, in persona del Sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla normativa citata.

4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del presente 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 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. 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, 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. 12 **Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'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.

Art. 13 **Amministrazione in qualità di sponsor**

L'Amministrazione Comunale può essa stessa assumere la veste di sponsor in relazione alle seguenti iniziative:

1. per particolari manifestazioni od iniziative culturali, inerenti alla pubblicizzazione e/o valorizzazione di attività o beni culturali;

2. per attività sportive ed altre attività sociali che abbiano rilevanza nazionale, regionale o provinciale, con particolare riferimento ad associazioni e/o società che operino nel settore dei portatori di handicap o nella ricerca scientifica..

L'eventuale corrispettivo, consistente in servizi o in contributi in conto esercizio, deve essere in ogni caso previsto nel Settore competente ed allocato in opportuna posta del PEG. Il dirigente/funziionario responsabile del Settore competente, sulla base dell'indicazione della Giunta o dell'Assessore competente, provvederà alla relativa imputazione economica, mediante sottoscrizione di apposito contratto con lo sponsee. In caso di importi di sponsorizzazione superiori a Euro 5.000, è necessario

l'emissione di apposito bando pubblico, nel quale dovranno essere indicate le motivazione della sponsorizzazione, i contenuti del contratto di sponsorizzazione, i servizi o i contributi in conto esercizio che si intende corrispondere. Il bando dovrà essere pubblicato all'albo pretorio del Comune e ne dovrà essere data informazione mediante comunicazione agli organi di stampa locali, oltre che attraverso la pubblicizzazione nel sito Internet del Comune.