

COMUNE DI GALLIATE

Provincia di NOVARA

REGOLAMENTO

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

Art. 43 della Legge n. 449/1997

Art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000 e successive modificazioni

Approvato con deliberazione C.C. n° 29 del 27.04.2004

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA 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, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituto dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza nonché delle disposizioni contrattuali nazionali future e compatibili.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere al soddisfacimento di un interesse pubblico, a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori economie e/o maggiori entrate, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
3. In sede di approvazione del Piano Dettagliato degli Obiettivi – Piano Esecutivo di Gestione la Giunta Comunale individua gli ambiti per i quali ricorrere a procedure di sponsorizzazione. Ulteriori o diversi obiettivi di sponsorizzazione potranno essere definiti durante la gestione mediante appositi atti di indirizzo.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici, 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 con finanziamento, anche parziale, a carico del bilancio dell'ente;
 - acquisire specifiche erogazioni di denaro;
2. 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 ovvero nella realizzazione di specifica entrata.

Art. 3 – 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 corrispondere una somma di denaro o a fornire una predeterminata prestazione o bene, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale o i propri segni distintivi in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, denaro, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
 - c) per "sponsor": il soggetto 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 messi 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 procedura ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso ovvero mediante trattativa privata qualora la natura, l'oggetto della sponsorizzazione e/o le modalità di realizzazione della stessa siano tali da escludere il ricorso a procedure ad evidenza pubblica.
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 dello specifico capitolato.
 - 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 nel capitolo.

5. L'offerta deve essere accompagnata da dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà e/o di certificazione attestante:

- il possesso dei requisiti necessari per contrattare con la pubblica amministrazione, con particolare riferimento alle disposizioni di cui all'art 11 del DLgs 358/92 e all'art 12 del DLgs 157/95;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia (art. 416-bis del Codice Penale);
- il rispetto delle norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili, secondo quanto previsto dalla Legge 68/99;
- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- 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 servizio interessato, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolo.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del servizio interessato; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolo.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile di servizio. Nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile di servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

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.

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 ovvero dei quantitativi massimi di riferimento;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 7 - Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I risparmi di spesa e le specifiche entrate derivanti dalla sottoscrizione di contratti di sponsorizzazione vengono destinati 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 e distribuite al personale del Servizio specificatamente interessato, secondo le percentuali determinate dalla Giunta Comunale; la restante quota costituisce economia di bilancio.

2. Le somme di cui al comma 1 sono pari alla base imponibile indicata nelle fatturazioni conseguenti l'operazione.

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 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;
 - d) la pubblicità ingannevole ed offensiva.

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 dall'art. 13 della legge 31.12.1996, n. 665 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Galliate in 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 alla 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 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio comunale competente per materia, procedente alla sottoscrizione del contratto, 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 l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 11 - 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.