

COMUNE DI TURI (BA)

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale
n.87 del 06 dicembre 2007

INDICE

ART. 1 - Finalità	pag. 3
ART. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari	pag.3
ART. 3 - Definizioni	pag.3
ART. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor	pag.3

ART. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	pag.4
ART. 6 - Contratto di sponsorizzazione.....	pag.5
ART. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	pag.5
ART. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni.....	pag.6
ART. 9 - Trattamento dei dati personali	pag.6
ART.10- Verifiche e controlli	pag.6
ART.11- Riserva organizzativa	pag.6

ART. 1 - Finalita'

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.Lgs. 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, offerti alla cittadinanza.

ART.2 - Contenuti delle Sponsorizzazioni e degli Accordi di Collaborazione e Destinatari

I contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito o con contributi in denaro,

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 o contribuzione in danaro, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;

b) Per **"sponsorizzazione"**: ogni contributo in denaro, 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;

e) Per **"accordo di collaborazione"**: lo strumento di diritto pubblico volto al coinvolgimento di soggetti privati e associazioni nell'organizzazione degli eventi programmati. Con l'accordo di collaborazione i soggetti privati o le associazioni concorrono all'organizzazione dell'evento esclusivamente con risorse umane e strumentali, ma non finanziarie, sulla base di una convenzione stipulata a seguito di una deliberazione di Giunta Comunale.

ART. 4 - Procedura di Sponsorizzazione e Scelta dello Sponsor

La scelta dello sponsor è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso all'Albo pretorio, dall'inserimento nel sito Internet del Comune o da altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione, nonché con contatti diretti e/o consultazioni informali. 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 impresa, 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 dal Responsabile del Servizio 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.

Ove pervenga all'Amministrazione, da parte di un soggetto sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata ad un determinato evento, l'amministrazione stessa, valutata l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito avviso pubblico che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente.

L'avviso manifesta l'intento dell'Amministrazione di procedere al reperimento di sponsorizzazioni finalizzate al finanziamento dell'evento.

Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, l'Amministrazione procederà, tramite selezione delle proposte pervenute, alla individuazione dell'aggiudicatario, sulla base di criteri che tengano conto di elementi qualitativi, oltre che del prezzo. L'originario soggetto promotore potrà adeguare la propria proposta a quella giudicata dall'Amministrazione più conveniente. In questo caso, il promotore risulterà aggiudicatario. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:

1. In caso siano state esperite senza esito le procedure di cui ai commi 1,2,3 e 4; 2. Nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore o pari a € 20.000,00 oltre iva.

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 sponsorizzazioni 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 previste a carico del bilancio dell'ente.

ART. 6 Contratto di Sponsorizzazione

1. Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'Amministrazione Comunale, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultano stabiliti:

- a. L'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
- b. Il diritto dello Sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
- c. Le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefits, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
- d. L'individuazione della platea/pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello Sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor;
- e. La durata del contratto di sponsorizzazione (se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad un'attività del soggetto sponsorizzato, continuata nel tempo, il contratto deve

essere qualificato "di durata" ed in particolare come contratto ad esecuzione continuata);

- f. Gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- g. La specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'Amministrazione;
- h. Il corrispettivo della sponsorizzazione;
- i. Le modalità procedurali, le garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa) e le responsabilità;
- j. Le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.

2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione comunale. Non si procederà a stipula in forma pubblicoamministrativa qualora l'importo contrattuale sia pari o inferiore ad euro 20.000,00 oltre iva.

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:

- a) Nella misura del 30% destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività, di cui al del CCNL per il Personale degli Enti Locali;
- b) La restante quota del 70 % 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 inadeguata allo sviluppo giovanile o al 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. Lgs. N.196/03. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Turi in persona del Sindaco pro-tempore, che può nominare uno o più responsabili dei trattamenti 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 - 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. 11 - 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.

Il presente regolamento, a decorrere dalla sua entrata in vigore, sostituisce il Regolamento comunale per la disciplina delle sponsorizzazioni, approvato con deliberazione C.C. n. 18 del 19/04/2005.