

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 sostituito 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).

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati o pubblici, imprese individuali, fondazioni e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni, attività o l'equivalente corrispettivo, inerenti programmi promossi, organizzati o gestiti dall'Amministrazione comunale.

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 fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e/o marchio in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o marchio aziendale;
- 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

1. Il Responsabile del Settore di competenza, in relazione ai singoli progetti e/o attività di competenza, in funzione degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale, 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.
2. Al bando o all'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. Il bando o l'avviso devono contenere, in particolare, i seguenti dati:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione; oggetto della sponsorizzazione può essere anche l'organizzazione dell'intera manifestazione da parte dello sponsor;

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 indicare:

a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;

b) l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico, nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- 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;

- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;

- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);

- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

b) 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. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio comunale competente, nel rispetto dei criteri definiti nel bando o avviso pubblico, nonché nel capitolato o progetto di sponsorizzazione. Qualora, tuttavia, un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi o prestazioni, nei casi di urgenza comprovata oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito del bando o avviso pubblico, previa istruttoria degli effetti benefici, la Giunta Comunale può autorizzare la stipula del contratto di sponsorizzazione.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel bando, avviso, capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Responsabili di Settore. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile di Settore 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. 6 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) l'individuazione dell'oggetto del contratto;
 - b) il valore della sponsorizzazione;
 - c) impegni e/o obblighi dello sponsee;
 - d) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - e) le modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
 - f) impegni e/o obblighi dello sponsor;
 - g) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - h) profili economici del rapporto contrattuale;
 - i) facoltà di recesso;
 - j) inadempimenti e risoluzione del contratto;
 - k) risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
 - l) spese e disposizioni contrattuali finali.

Art. 7 - Introiti derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Gli introiti derivanti da sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi. Di norma essi sono destinati ad incrementare lo stanziamento del capitolo di spesa nel quale la manifestazione è inserita.
2. Gli introiti di cui al comma precedente possono essere utilizzate nelle misure che la Giunta comunale e la Contrattazione collettiva decentrata integrativa stabiliranno per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, lett. d);

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 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. 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 dalla normativa vigente.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Atripalda, in persona del suo Sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla normativa 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 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde al valore dell'introito derivante dalle sponsorizzazioni.

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 dalla 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.