



Comune di LONDA

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' E LA GESTIONE DI SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Delibera
del Consiglio Comunale
n° 21 del 28.04.2011



ART.1 - OGGETTO DEL REGOLAMENTO

Il presente Regolamento disciplina, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. sull'Ordinamento degli Enti Locali, approvato con D.Lgs. 18/08/2000 n. 267, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta di sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, ricreativi e altro, promossi dall'amministrazione comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'opera della Pubblica Amministrazione.

ART.2 – CONDIZIONI

Il ricorso al contratto di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, è ammesso ove sussistono le seguenti condizioni:

- a) per il perseguimento di interessi pubblici;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa.

ART.3 – 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.4 – PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento nel sito internet del Comune ed in 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 del progetto di sponsorizzazione;
- b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la presentazione che si intende sponsorizzare oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.

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.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal responsabile del settore dell'Amministrazione competente, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del settore dell'Amministrazione competente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.



ART.5 - ESCLUSIONI

Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione comunale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

ART.6 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE

Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate con il PEG. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione.

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.

Nell'ambito del PEG o della Delibera di Giunta saranno anche individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione.

Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

ART.7 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

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'Ente, 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 all'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 fine 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 del pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello *sponsor* degli elementi caratteristici dello stesso;
- e) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- 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.

Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione.



ART.8 - DIRITTO DI RIFIUTO

L'Amministrazione, 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 pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART.9 - VERSAMENTO DEI PROVENTI DA SPONSORIZZAZIONI

Salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura del 70%, al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria dell'Ente o utilizzando gli strumenti di pagamento del sistema bancario o postale, e nella misura del restante 30%, a conclusione dell'evento, con le stesse modalità di pagamento.

ART.10 - ASPETTI FISCALI

La sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo le previsioni dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

ART.11 – VERIFICHE E CONTROLLI

Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio dell'Amministrazione competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

ART.12 – DESTINAZIONE QUOTA PARTE PROVENTI SPONSORIZZAZIONI

Una quota compresa fra il 10% ed il 40%, da determinarsi annualmente con Atto della Giunta comunale, dei proventi derivanti dalle nuove sponsorizzazioni (rispetto all'anno precedente) sarà destinata alla realizzazione delle finalità di cui all'art. 4, comma 4, del C.C.N.L. del 05/10/2001.

ART.13 – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D.Lgs. 196/2003.

ART.14 - 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.



ART.15 - CONTROVERSIE

Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Firenze.

ART.16 – NORME DI RINVIO

Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.



INDICE

ART.1 - OGGETTO DEL REGOLAMENTO	1
ART.2 -CONDIZIONI.....	1
ART.3 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI.....	1
ART.4 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR.....	1
ART.5 - ESCLUSIONI	2
ART.6 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE	2
ART.7 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE	2
ART.8 - DIRITTO DI RIFIUTO.....	3
ART.9 - VERSAMENTO DEI PROVENTI DA SPONSORIZZAZIONE	3
ART.10- ASPETTI FISCALI.....	3
ART.11- VERIFICHE E CONTROLLI	3
ART.12- DESTINAZIONE QUOTA PARTE PROVENTI SPONSORIZZAZIONI	3
ART.13- TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI.....	3
ART.14- RISERVA ORGANIZZATIVA.....	3
ART.15- CONTROVERSIE	4
ART.16- NORME DI RINVIO	4
