



REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI
DEL COMUNE DI SERRAVALLE SCRIVIA

Approvato con Deliberazione di C.C. n. 15 in data 16/06/2008

SOMMARIO

<u>Art. 1 – Finalità.....</u>	<u>3</u>
<u>Art. 2 – Definizioni.....</u>	<u>3</u>
<u>Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor.....</u>	<u>3</u>
<u>Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione.....</u>	<u>4</u>
<u>Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione.....</u>	<u>4</u>
<u>Art. 6 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni.....</u>	<u>4</u>
<u>Art. 7 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni.....</u>	<u>5</u>
<u>Art. 8 - Trattamento dei dati personali.....</u>	<u>5</u>
<u>Art. 9 - Aspetti fiscali.....</u>	<u>5</u>
<u>Art. 10 - Verifiche e controlli.....</u>	<u>6</u>
<u>Art. 11 - Riserva organizzativa.....</u>	<u>6</u>
<u>Art. 12 – Entrata in vigore.....</u>	<u>6</u>

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.
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.
3. Le sponsorizzazioni attivate tra privati e le società sportive e/o associazioni senza fine di lucro, operanti nel territorio comunale non sono assoggettate al presente regolamento.
4. I contratti di cui al precedente comma 3, sono soggetti unicamente al pagamento dell'imposta sulla pubblicità, ove dovuta per legge.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
2. per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Serravalle Scrivia (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
3. per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;
4. per "**sponsor**": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Serravalle Scrivia;
5. per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Serravalle Scrivia per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante gara preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, e/o invio alle associazioni di categoria e 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:
4. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato (o progetto di sponsorizzazione).
5. l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
6. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
7. L'offerta deve essere presentata in forma scritta dove lo sponsor deve indicare:
8. il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
9. l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

10. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
11. per le persone fisiche:
12. 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;
13. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
14. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
15. la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
16. per le persone giuridiche:
17. 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.
18. 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.
19. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
20. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile del Servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile del 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 nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 5 - 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 all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 6 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano 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 utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, nonché del fondo di retribuzione di risultato della

dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 secondo i criteri individuati dall'amministrazione con specifico provvedimento.

- b) la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.
3. L'assegnazione della quota di risorse a favore dei Responsabili di Servizio e del Personale Dipendente sarà stabilita, di volta in volta dalla Giunta Comunale contestualmente alla Delibera di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione.
4. La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata.

Art. 7 - 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. 8 - 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 Serravalle Scrivia in persona del suo Sindaco che nomina 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. 9 - 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. 10 - 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. 11 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È 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. 12 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore 15 giorni dopo la pubblicazione all'Albo Pretorio della deliberazione approvativa.