COMUNE di PORTO MANTOVANO

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale n. 9 del 28/02/2011

INDICE:

Art. 1 – Finalità

Art. 2 – Definizioni

Art. 3 – Scelta dello sponsor

Art. 4 – Individuazione delle iniziative della sponsorizzazione

Art. 5 – Contratto di sponsorizzazione

Art. 6 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 7 – Trattamento dei dati personali

Art. 8 – Verifiche e controlli

Art. 9 – Riserva organizzativa

Art. 10 – Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere, in via alternativa o cumulativa:
   a) a favorire l'innovazione dell'organizzazione comunale;
   b) a realizzare una migliore qualità dei servizi istituzionali;
   c) a realizzare economie di bilancio.

Art. 2 - 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 soggetto pubblico o privato (sponsor), che si obbliga a fornire, quale corrispettivo, una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
   b) per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti, provenienti da soggetti pubblici o privati, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o marchio aziendale;
   c) per "**sponsor**": il soggetto pubblico o privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
   d) per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o qualsiasi altra particolare modalità di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3 – Scelta dello sponsor

1. Il Funzionario competente, in relazione ai singoli progetti e/o attività previste nel PEG e in funzione delle esigenze e delle finalità da perseguire, procede alla scelta dello sponsor mediante selezione secondo le procedure previste in funzione della tipologia della prestazione e del valore economico della sponsorizzazione dal codice degli appalti o dal regolamento comunale per l'affidamento dei lavori, forniture e servizi in economia.
2. E' possibile il ricorso all'affidamento diretto esclusivamente nei seguenti casi:
   a) qualora un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti in riferimento ad attività, manifestazioni organizzate dall'amministrazione comunale, previa valutazione da parte dell'ente della rispondenza della proposta alle prescrizioni del presente regolamento;
   b) quando, per la natura o la forma della iniziativa, tutti i candidati sponsor possono cumulativamente parteciparvi;
   c) in caso di comprovata urgenza o nel caso di mancanza di offerte a seguito di procedura di gara;
   d) in caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore alla soglia di € 20.000,00, oneri fiscali esclusi.
2. L'individuazione dello sponsor avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.
3. Il bando di gara o l'invito devono contenere l'elenco degli interventi in relazione ai quali l'Amministrazione intende pervenire alla stipula del contratto di sponsorizzazione, con l'indicazione degli elementi essenziali per la formulazione delle proposte, tra i quali:
   a) le principali caratteristiche dell'attività, progetto o iniziativa oggetto della sponsorizzazione;
   b) l'individuazione dello spazio pubblicitario e la durata del periodo di suo utilizzo da parte dello sponsor, previa intesa di massima con la competente Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, quando necessaria;

c) l'eventuale diritto di esclusiva;
d) l'importo minimo eventualmente richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione;
e) i criteri per la valutazione delle proposte.

4. L'offerta deve essere accompagnata dalla documentazione di rito prevista dalla normativa vigente per la partecipazione alle gare indette dalle pubbliche amministrazioni, secondo quanto previsto nell'apposito avviso o invito.

Art. 4 – Individuazione delle iniziative della sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG . In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici ai Responsabili dei Servizi 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) l'individuazione dell'oggetto del contratto;
   b) il valore della sponsorizzazione;
   c) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
   d) la durata del contratto di sponsorizzazione;
   e) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
   f) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
   g) recesso;
   h) spese e disposizioni contrattuali finali.

Art. 6 – 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 opportunità 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 armi, tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
   c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo e razzismo.

Art. 7 – 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 ai sensi degli artt.7, 8 e 9 del D.Lgs. 196/2003.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Porto Mantovano nella persona del competente responsabile di servizio, 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.

Art. 8 – 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 l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Art. 9 – 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.

Art. 10 - Utilizzo dei risparmi di spesa e degli introiti

1. La Giunta definisce annualmente l'utilizzo dei risparmi di spesa ovvero delle maggiori entrate, al netto dell'Iva, assicurando, compatibilmente con le disposizioni al momento vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica ed in particolare della spesa del personale, la destinazione di una quota alla contrattazione decentrata.