



COMUNE DI NARZOLE
Provincia di Cuneo

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione consiliare n. _____ del _____

Pubblicato all'albo pretorio dal _____ al _____

ALLEGATO alla deliberazione di C.C. n. 21 del 3.09.2008

SOMMARIO

art. 1 – Finalità

art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

art. 3 – Definizioni

art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

art. 7 - Modalità di pubblicazione dello sponsor

art. 8 - Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

art. 9 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

art. 10 – Trattamento dei dati personali

art. 11 – Verifiche e controlli

art. 12 – Spese contrattuali

art. 13 – Clausola generale di rinvio

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 al soddisfacimento di un interesse pubblico, a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare economie e/o maggiori entrate, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali, oltre a favorire la creazione di un sistema di relazioni con il settore privato e ad accrescere l'immagine dell'amministrazione comunale.

Art. 2 Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti pubblici e privati, purché in possesso dei requisiti di legge per stipulare contratti con la Pubblica Amministrazione per:
 - realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti o da inserirsi nei programmi di spesa con finanziamento, anche parziale, a carico del bilancio dell'ente;
 - acquisire specifiche erogazioni di denaro.
2. In particolare detti contratti sono diretti a:
 - recuperare maggiori risorse per l'ente che consentano indirettamente di ottenere un miglioramento della qualità dei servizi e delle attività del Comune;
 - migliorare gli standards di qualità con l'aggiunta di servizi da prestarsi attraverso la fornitura di consulenza specializzata, l'effettuazione di servizi e di lavori, la fornitura di beni ed attrezzature all'amministrazione comunale;
 - supportare progetti innovativi e processi informativi e formativi qualificati promossi dal Comune;
3. 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 ovvero nella realizzazione di specifica entrata.
4. Le attività di sponsorizzazione possono essere svolte anche in forma associata con altri enti, secondo le intese con i medesimi concordate.

Art. 3 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per "contratto di sponsorizzazione" e/o "accordo di collaborazione": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsorizzato) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga in corrispettivo a corrispondere una somma di denaro od a fornire una predeterminata prestazione o bene a favore del Comune stesso, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, l'attività, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;

- b. per "sponsorizzazione" e/o "accordo di collaborazione": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività e per conseguire un beneficio di immagine;
- c. per "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) 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 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione, anche sulla base di proposte ricevute da terzi, vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai responsabili dei servizi. 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 attività, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente.
3. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso ovvero mediante trattativa privata, diretta o preceduta da gara informale, qualora la natura, l'oggetto della sponsorizzazione e/o le modalità di realizzazione della stessa lo rendano maggiormente opportuno, e in ogni caso per importi fino a 50.000,00 euro.
2. Nella procedura ad evidenza pubblica, all'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nell'eventuale sito internet del Comune, e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'esame delle offerte di sponsorizzazione pervenute nei termini e nei modi indicati nei bandi viene effettuata dal responsabile del servizio interessato, che prenderà in considerazione i seguenti elementi di valutazione: componenti economiche della proposta; capacità di porre in relazione l'iniziativa sponsorizzata con altri circuiti di pubblicizzazione propri dello sponsor; in caso di sponsorizzazione con lavori, servizi, beni: qualità, tecnica ed estetica del "prodotto", modalità di gestione dell'intervento, mezzi economici, umani e strumentali a disposizione.
4. Il risultato dell'esame delle offerte di sponsorizzazione e l'individuazione dello sponsor viene approvato dal soggetto competente, unitamente alle clausole da inserire nell'accordo di cui al successivo articolo 6.
5. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.
6. E' comunque sempre ammesso che un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari, al

fine di rendere un servizio alla cittadinanza o tale da creare comunque un beneficio economico all'amministrazione, nonché nei casi di urgenza oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito di bando o avviso pubblico.

7. In alternativa alle modalità di reperimento diretto delle sponsorizzazioni come sopra indicate, il Comune può individuare ditta specializzata nel reperimento/gestione delle sponsorizzazioni, dietro corresponsione di canone periodico al Comune medesimo.

Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante scrittura privata ovvero per corrispondenza, secondo gli usi commerciali, stabilendo:
 - a. il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b. la durata del contratto di sponsorizzazione ovvero dei quantitativi massimi di riferimento;
 - c. gli obblighi assunti a carico dello sponsor, con riferimento alle caratteristiche tecniche, estetiche e di contenuto degli spazi;
 - d. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 7 – Modalità di pubblicizzazione dello sponsor

1. L'attività di pubblicizzazione dello sponsor da parte del Comune potrà essere realizzata nei seguenti modi:
 - nel caso di manifestazioni e progetti di tipo culturale, turistico, ricreativo, sportivo e sociale, finanziati con risorse economiche derivanti dalla sponsorizzazione, il logo dello sponsor potrà essere inserito sia nel materiale pubblicitario relativo alle iniziative (volantini, inviti, manifesti, depliant, striscioni, tabelloni luminosi, ecc.), sia nell'eventuale sito web del comune, nella pagina, dedicata all'informazione sulle manifestazioni e sulle attività organizzate dal comune a beneficio della cittadinanza;
 - nel caso di interventi mirati alla valorizzazione del territorio, del patrimonio comunale e dell'assetto urbano, il comune realizzerà apposite forme di pubblicizzazione particolarmente visibili all'esterno, quali, per esempio, il posizionamento di cartelli o di targhe indicanti lo sponsor che finanzia l'intervento o fornisce i beni;
 - altre modalità tali da garantire adeguato ritorno di immagine per lo sponsor.

Art. 8 - Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I risparmi di spesa e le specifiche entrate derivanti dalla sottoscrizione di contratti di sponsorizzazione possono essere destinati in quota alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 come sostituito dall'art.4 del CCNL del 5.10.2001 secondo percentuali determinate dalla Giunta comunale e comunque in misura non superiore a quanto stabilito dalla legge.

2. La ripartizione al personale interessato dei proventi assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata per il personale dipendente.

Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. La Giunta 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;
 - d. riguardi attività di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, droga, prodotti superalcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - b. messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
 - c. la pubblicità ingannevole ed offensiva .

Art. 10 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Narzole in persona del suo Sindaco pro tempore.
3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

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.
3. Le parti possono risolvere, per motivate ragioni, il contratto di sponsorizzazione, con preavviso di 30 giorni, comunicato con lettera raccomandata. In ogni caso il

contratto si intende risolto senza alcuna penalità per l'amministrazione comunale: qualora lo sponsor risulti inadempiente in modo grave e/o continuato in relazione ai suoi obblighi; qualora cause eccezionali e/o motivi di pubblico interesse non consentano al Comune la realizzazione dell'iniziativa/dell'attività/del progetto.

Art. 12 – Spese contrattuali

Ogni spesa contrattuale inerente e conseguente alla stipula dei contratti, accordi o convenzioni è a carico dello sponsor.

Art. 13 – Clausola generale di rinvio

Per quanto non espressamente disciplinato dal presente contratto, si fa rinvio:

- per gli elementi di disciplina contrattuale, alle disposizioni del codice civile ed alla normativa speciale in materia;
- per l'utilizzo del marchio e dei segni distintivi dello sponsor, alla normativa speciale in materia.