



ALLEGATO "A"

DELIBERA C.C. N. 28 DEL 06/08/2010

COMUNE DI GAZZO VERONESE

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

INDICE

Art. 1 -Oggetto e finalità

Art. 2 -Definizioni

Art. 3 -Scelta dello sponsor

Art. 4 -Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 5 -Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

Art. 6 -Offerta di sostanziale mecenatismo

Art. 7 -Contratto di sponsorizzazione

Art. 8 -Utilizzo delle sponsorizzazioni come elemento valutativo ulteriore nelle gare di appalto per particolari servizi

Art. 9 -Accordi particolari per sponsorizzazioni

Art. 10 -Esclusioni

Art. 11 -Trattamento dei dati personali

Art. 12 -Aspetti fiscali

Art. 13 -Verifiche e controlli

Art. 14 -Riserva organizzativa

Art. 15 -Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 16 -Rinvio

Art. 17 -Entrata in vigore

Art. 1 Oggetto e Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le iniziative di sponsorizzazione in sostanziale attuazione delle previsioni dell'art. 43 della legge 27.12.1997, n. 449 che si pone in tema come normativa di principio, rispettando altresì le linee fondanti dell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali, approvato con D.Lgs. 18.8.2000 n. 267.

2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione tecnica e amministrativa dell'Ente e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi erogati alla collettività.

Art. 2 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) Per "contratto di sponsorizzazione" (di seguito denominato "Contratto") un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Amministrazione Comunale (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o a fornire una determinata prestazione, o servizio, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e determinati spazi, il nome, la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto;
- b) Per "Sponsorizzazione" ogni contributo in beni, servizi, denaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili, per conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- c) Per "sponsor" il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l'associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- 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. 3 Scelta dello sponsor

1. Il Comune sollecita i soggetti potenzialmente interessati di norma mediante apposito avviso.
2. Sono sempre ammesse sponsorizzazioni plurime o parziali di una singola iniziativa.
3. All'avviso è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio e inserimento nel sito internet del Comune; inoltre, è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione.
4. L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:
 - a) l'oggetto di sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor;
 - b) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune per favorire la veicolazione del marchio, nome, logo dello sponsor;
 - c) le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
 - d) le eventuali sanzioni in caso di inadempienza;
 - e) le modalità di stipula del contratto.

5. L'offerta dello sponsor deve essere presentata in forma scritta e deve di regola indicare:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione determinato secondo le modalità indicate nell'avviso
- c) l'accettazione delle condizioni previste dal progetto di sponsorizzazione
- d) il contenuto del messaggio pubblicitario che costituirà oggetto del contratto o l'impegno da parte dello sponsor ad informare, preventivamente, con adeguato preavviso il Comune sul contenuto del messaggio pubblicitario che egli intenderà utilizzare ai fini della sponsorizzazione
- e) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni
- f) la dichiarazione espressa di assunzione diretta di responsabilità in merito agli adempimenti contrattuali

6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti dichiarazioni oppure autocertificazioni, redatte ai sensi della vigente normativa e sottoscritte da soggetto munito dei relativi poteri di rappresentanza, attestanti: per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

- a) l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprenditore);
- d) la non appartenenza a organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

per i soggetti pubblici

- a) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

7. La sponsorizzazione è formalizzata prendendo atto delle risultanze del confronto concorrenziale determinato, ove non siano stati indicati i criteri di scelta qualitativi- economici, in ragione della maggiore utilità economica per il Comune, mediante determinazione adottata dal competente responsabile del servizio.

8. Il vincolo contrattuale obbligatorio si instaura con la sottoscrizione del contratto.

9. E' ammesso l'affidamento a trattativa privata della sponsorizzazione nel rispetto , della trasparenza e della par condicio: l

- a) nel caso sia esperita senza esito la procedura di selezione a seguito di avviso l pubblico nell'ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta indugio; i
- b) nelle ipotesi di iniziative che per la loro peculiarità limitano la partecipazione a ! soggetti determinati; i
- c) nell'ipotesi in cui il valore della iniziativa non sia superiore a €.10.000,00

10. Per iniziative il cui importo è inferiore o pari ad €.5.000,00 può sempre procedersi a trattativa privata diretta con un solo contraente.

Art. 4

Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi assegnati con il Piano Risorse Obiettivi ai responsabili dei servizi. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare specifici indirizzi ai responsabili dei servizi per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, i progetti le attività del Comune, compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente, previsti a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 5

Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

1. L'Amministrazione può pervenire alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati che manifestino spontaneamente la loro intenzione di assumere il ruolo di sponsor di progetti o iniziative.

2. Le proposte di sponsorizzazione presentate ai sensi del precedente comma devono specificare il corrispettivo presumibile delle attività di veicolazione pubblicitaria e le forme con le quali il medesimo corrispettivo viene ad essere reso.

Art. 6

Offerta di sostanziale mecenatismo

1. Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da Enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie dove il ritorno di natura pubblicitaria è tenue e prevale l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali con la prevalenza di profili di cosiddetto mecenatismo da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia la prestazione resa.

Art. 7

Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti almeno:

- a) finalizzazioni generali della sponsorizzazione;
- b) definizione dettagliata degli obblighi dello sponsor e del soggetto sponsorizzato;
- c) definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo, realizzabile con finanziamento, messa a disposizione di beni o servizi;
- d) indicazione di clausole specifiche inerenti il particolare rapporto contrattuale;
- e) definizione dettagliata della disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
- f) definizione dettagliata delle forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
- g) la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze delle garanzie richieste e le eventuali sanzioni.

Art. 8

Utilizzo delle sponsorizzazioni come elemento valutativo ulteriore nelle gare di appalto per particolari servizi.

1. L'amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione dei contraenti per l'affidamento di servizi inerenti contratti attivi, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione;

2. Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

Art. 9 Accordi particolari per sponsorizzazioni

1. Il Comune può formalizzare anche accordi di collaborazione a fini di sponsorizzazione coinvolgendo soggetti pubblici e privati, a fronte di situazioni nelle quali sia necessario definire relazioni plurilaterali, inerenti i rapporti di collaborazione o traduttive di iniziative progettuali.

2. Gli accordi di collaborazione ai fini di sponsorizzazione, contengono comunque elementi definitivi delle relazioni tra uno o più soggetti con veste di sponsor e uno o più soggetti con veste di soggetto sponsorizzato - sponsee, tra i quali rientra il Comune.

3. Il Comune può stipulare anche convenzioni con soggetti pubblici, volte ad associare l'immagine dello sponsor ad attività o iniziative comportanti una ampia veicolazione dell'immagine del Comune stesso.

4. Le convenzioni di cui al comma precedente configurano comunque gli elementi a valenza economica e a valenza patrimoniale in corrispettivo.

Art. 10 Esclusioni

1. Il Comune rifiuta qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio all'Ente o alla collettività o da sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) sia in corso con l'offerente una controversia legale
- d) l'offerente 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 o alla promozione e all'uso di sostanze proibite;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 11 Trattamento dei dati personali

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

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 7 del D.Lgs. 196/2003.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Gazzo Veronese in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare 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 corretta 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. 12 Aspetti fiscali

L'effettuazione di sponsorizzazione comporta l'assoggettamento dell'operazione alla normativa in materia di IV A.

Art. 13 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; l'eventuale diffida produce gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 14 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 I reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 15 Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Sono considerati risparmi di spesa:

a) le somme previste in bilancio e non utilizzate a motivo dell' intervento dello sponsor, nei limiti del valore economico della sponsorizzazione;

b) le sponsorizzazioni in denaro a fronte della concessione di spazi pubblicitari all' interno del proprio territorio, iniziative, stampe (giornali volantini, ecc.) o manifestazioni;

2. Compatibilmente con le disposizioni vigenti in materia di contenimento della spesa pubblica ed in particolare della spesa del personale, risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere destinati nella misura del 10% sono destinate 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.

Art. 16
Rinvio

1. Per quanto non disciplinato dal presente regolamento si applicano le disposizioni di legge nella materia oggetto del contratto di sponsorizzazione riferita ai diversi settori di intervento.

Art. 17
Entrata in vigore

Ai sensi dell' art. 34 dello statuto comunale, il presente regolamento, entra in vigore il giorno successivo all' inizio del deposito dello stesso nella sede comunale in luogo accessibile al pubblico.