

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI.

ARTICOLO 1 OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina la possibilità di sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Oria, al fine di fornire una migliore qualità dei servizi prestati dall'Ente.
2. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità di servizi di istituzione.

ARTICOLO 2 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per contratto di sponsorizzazione, un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un predeterminato corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b) per sponsorizzazione, ogni contributo in beni o servizi, danaro, prestazioni, interventi od ogni altra utilità (in tal caso sarà individuato un apposito capitolo di bilancio in entrata ai fini prefissati) proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c) per sponsor, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d) per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor;

ARTICOLO 3 SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo di trattativa privata preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso, e con le limitazioni di cui al comma 11 del presente articolo.

2. 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.
3. L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:
 - a) l'iniziativa, in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario, compresa nell'elenco delle iniziative annuali specifiche definite con apposito provvedimento ovvero complementare al normale corso delle iniziative o interventi;
 - b) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
 - c) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - d) la durata della sponsorizzazione;
 - e) le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
 - f) i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione.
5. All'offerta deve essere allegata una autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
 - a) di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - b) l'inesistenza di adempimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
 - c) nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
6. Nel caso l'offerta sia fatta da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 5 riferita a se stesso e a tutti gli altri soggetti muniti di potere di rappresentanza.
7. Nel caso l'offerta sia fatta da un ente pubblico, deve essere allegata un'autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
 - a) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
8. L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria del competente ufficio e successivo vaglio della commissione consiliare competente, è approvata con atto deliberativo della Giunta Comunale.
9. Ove pervengano più offerte, con l'atto di Giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria.

10. Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione degli spazi pubblicitari in proporzione al corrispettivo offerto dallo sponsor.
11. La scelta dello sponsor potrà essere effettuata mediante affidamento diretto esclusivamente in casi eccezionali, adeguatamente motivati, per ragioni di particolare urgenza legate alla natura dell'intervento o al bene, opera o servizio da fornire all'Ente che limiti la trattativa a soggetti determinati e solo nel caso di sponsorizzazioni il cui valore non superi 5.000,00 Euro.

ARTICOLO 4

PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal funzionario responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal dirigente stesso.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, 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, ivi compresi la realizzazione di opere pubbliche, nonché la ristrutturazione, il risanamento di opere ed edifici aventi valore artistico, storico e culturale.
3. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:
 - a) il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
 - e) la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
4. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

ARTICOLO 5

UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della Giunta Comunale, su proposta, inviata e discussa nella commissione consiliare competente, del funzionario interessato alla realizzazione del progetto stesso.

ARTICOLO 6 CASI ESCLUSI

1. Il Comune rifiuta qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:
 - a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) sia in corso con l'offerente una controversia legale;
 - d) reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale contrario al buon costume e all'ordine pubblico;
 - c) messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ARTICOLO 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 la facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il Comune di Oria in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopraccitata.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli ufficiali comunali tenuti all'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.

ARTICOLO 8 DISPOSIZIONI FISCALI

1. Il valore della fatturazione della 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 di cui al comma precedente.
3. Prevedendo la sponsorizzazione un corrispettivo a fronte di un'obbligazione di fare e trattandosi di attività non istituzionale, pertanto commerciale, è assoggettabile ad IVA e ciò comporta il sorgere di tutti gli

adempimenti connessi da demandarsi agli uffici finanziari di questo Comune.

4. Le somme di cui ai precedenti commi del presente articolo devono intendersi al netto dell'IVA.

ARTICOLO 9

DISPOSIZIONI FINALI

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi indicati dal presente regolamento; è facoltà del Comune, qualora si 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.
2. Il presente regolamento viene approvato con riferimento alle disposizioni dell'articolo 119 del D.Lgs 18.8.2000, n. 267 (T.U. sull'ordinamento degli enti locali), e alla normativa applicabile in generale a tutta la materia delle sponsorizzazioni.
3. Il presente regolamento entra in vigore dopo la ripubblicazione presso l'Albo Pretorio Comunale, ad avvenuta esecutività della deliberazione di approvazione del Consiglio Comunale, dal quindicesimo giorno, ai sensi del combinato disposto degli artt. 28 dello Statuto Comunale e 124 del D.Lgs 18.8.2000 n. 267; lo stesso regolamento dovrà essere inserito nel sito internet del Comune.