



COMUNE DI TRIGGIANO
Provincia di Bari

**Regolamento
per la disciplina**

e

**la gestione
delle sponsorizzazioni**



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 a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per acquisire risorse finanziarie e/o strumentali a titolo di:
 - a) corrispettivo in denaro e finanziamenti in toto o in quota parte, per la realizzazione di opere e lavori pubblici, la cui esecuzione rimane a carico di questo Comune;
 - b) finanziamento o diretta fornitura di beni, in toto o in quota parte, immediatamente utilizzabili per la realizzazione di attività o progettualità;
 - c) finanziamento ovvero fornitura di servizi, in toto o in quota parte, correlati all'effettiva concretizzazione dell'attività, del progetto o, più generalmente, dell'iniziativa da realizzarsi da parte di questo Comune;
 - d) finanziamento comunque, in toto o in quota parte, di iniziative riconducibili ai fini propri di questo Comune, con particolare riferimento alle attività culturali.
2. 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.

Art. 3 - 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 terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito o a finanziare 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 o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
 - c) per "sponsor": il soggetto privato 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 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata di norma mediante procedura di gara ad evidenza pubblica individuata nel capitolato, preceduta da pubblicazione di apposito avviso indipendentemente dall'importo dei lavori servizi o forniture oggetto di intervento di sponsorizzazione e nel rispetto delle norme di qualificazione in vigore.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o 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:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico “capitolato . . . (o progetto di sponsorizzazione).”
 - b) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile e la durata della pubblicità e/o l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato . . .
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - 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;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - b) per le persone giuridiche:
 - 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.
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);



6. 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.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio proponente, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
8. L'offerta di sponsorizzazione è approvata con atto deliberativo della Giunta, tenuto conto di quanto previsto dal successivo art.8.
9. Sono consentite sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa o manifestazione.
10. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente dell'Ufficio Contratti ed appalti; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" assegnato.

Art. 5 – Ambito di applicazione

1. Il Comune di Triggiano ricorre, esemplificativamente, a forme di "sponsorizzazione" in relazione:
 - Ad attività culturali di differente tipologia;
 - Ad attività sportive;
 - Ad attività di promozione turistica;
 - Ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
 - Ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
 - Ad ogni altra attività riguardante la fornitura di beni, servizi e prestazioni previste a carico del bilancio comunale *di rilevante interesse pubblico*.
2. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
3. Proposte di sponsorizzazione possono pervenire anche da parte di privati. In tal caso la proposta deve fornire in maniera dettagliata tutte le informazioni che chiariscono lo svolgimento e la realizzazione del progetto-evento proposto (Tema del progetto, date, luogo di svolgimento, pubblico di riferimento). La proposta dovrà inoltre contenere le modalità di pubblicità dell'evento e lo spazio che lo sponsor riserva al proprio marchio, nome ecc.. La proposta di sponsorizzazione può prevedere la presenza di uno o più sponsor con ruoli diversificati. Le proposte di sponsorizzazione saranno valutate dall'Ufficio competente in relazione al servizio prodotto che si intende offrire ed è approvato dalla Giunta Municipale.



Art. 6 - 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 alla 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. 7 - 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 utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) nella misura del 70% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - b) nella misura del 20% sono destinati alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art.15 del C.C.N.I. del 01/04/1998;
 - c) la restante quota del 10% costituisce economia di bilancio.

Art. 8 - 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. 9 - 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 Triggiano 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 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.10 - 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.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 l’eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 12 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.



Art. 13 - Recesso

1. In ogni contratto deve essere prevista la facoltà per l'Amministrazione di recedere dal contratto nel caso in cui il soggetto privato rechi danni all'immagine dell'Ente e non sono perseguiti i fini sociali e di pubblica utilità cui deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

Art. 14 – Responsabilità

1. Il soggetto sponsorizzato è sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello sponsor, ove e per la parte dallo stesso eseguite.



SOMMARIO

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 - FINALITÀ.....	2
ART. 2 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI	2
ART. 3 - DEFINIZIONI	2
ART. 4 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR.....	3
ART. 5 – AMBITO DI APPLICAZIONE.....	4
ART. 6 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE	5
ART. 7 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI	5
ART. 8 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI.....	5
ART. 9 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI	6
ART.10 - ASPETTI FISCALI	6
ART.11 - VERIFICHE E CONTROLLI	6
ART. 12 - RISERVA ORGANIZZATIVA	6
ART. 13 - RECESSO.....	7
ART. 14 – RESPONSABILITÀ	7