

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI
DEL COMUNE DI
TORRI DI QUARTESOLO

Approvato con Deliberazione Consiliare
n. 76 del 30.12.2019

SOMMARIO

Art. 1 - Oggetto e Finalità	1
Art. 2 - Definizioni.....	1
Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor.....	1
Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione.....	2
Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione	2
Art. 6 - Sponsorizzazioni Plurime.....	2
Art. 7 - Liberalità e mecenatismo.....	3
Art. 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	3
Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni.....	3
Art. 10 - Trattamento dei dati personali.....	3
Art. 11 - Aspetti fiscali.....	4
Art. 12 - Riserva organizzativa	4
Art. 13 - Entrata in vigore	4

Art. 1 - Oggetto e Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, e nei contratti collettivi di lavoro per i dipendenti degli enti locali.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità o maggiore quantità dei servizi istituzionali.

Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "*contratto di sponsorizzazione*": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a versare una determinata somma di denaro o a fornire gratuitamente un bene o un servizio, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "*sponsorizzazione*": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;
 - c) per "*sponsor*": il soggetto (persona fisica o giuridica) che intende 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 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante gara ad evidenza pubblica.
2. All'avviso di gara è data pubblicità, oltre che nelle forme di legge, mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria, nonché nelle 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 dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. Nell'offerta, che deve essere presentata in forma scritta, lo sponsor deve indicare:
 - 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 di impedimenti a contrattare con la Pubblica Amministrazione, 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;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - la non rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - b. per le persone giuridiche:
 - il nominativo o i nominativi di tutti i legali rappresentanti;
 - le autocertificazioni sopra elencate riferite a tutti i soggetti muniti di legale rappresentanza.
6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
 7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. I Responsabili di Servizio sono autorizzati a promuovere iniziative di sponsorizzazioni per tutte le attività di competenza del Comune, ad eccezione di quelle che la Giunta Comunale, in sede di approvazione del Piano Esecutivo di Gestione o con apposita deliberazione, ritenga opportuno sottrarre ai contratti di sponsorizzazione.
2. Tutti gli atti finalizzati al perfezionamento dei contratti di sponsorizzazione, ivi compresa l'adozione delle relative determinazioni a contrarre, sono di competenza dei Responsabili dei Servizi incaricati di funzioni dirigenziali.

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. il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b. la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c. gli obblighi assunti dallo sponsor;
 - d. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 6 - Sponsorizzazioni Plurime

1. Sono ammesse le sponsorizzazioni plurime per singola iniziativa o manifestazione.

Art. 7 - Liberalità e mecenatismo

1. Si considerano atti di liberalità o mecenatismo le cessioni di beni e le prestazioni di servizi, ovvero le erogazioni offerte a titolo gratuito e senza la previsione di correlati o corrispondenti obblighi a carico del Comune.
2. Non si considerano adempimenti di “obblighi correlati o corrispondenti”, di cui al precedente comma 1, le manifestazioni di pubblica gratitudine a favore del donante.
3. Nel caso di manifestazioni di liberalità o mecenatismo, il rapporto tra donante e Comune può instaurarsi al di fuori delle procedure previste dal precedente art. 3.

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

1. I proventi o i risparmi realizzati mediante il ricorso alla sponsorizzazione sono destinati:
 - a. ad integrare le dotazioni finanziarie della funzione di Bilancio, in cui rientra il Servizio che ha organizzato l’iniziativa sponsorizzata, nella misura dell’80%;
 - b. al personale addetto al Servizio che ha organizzato l’iniziativa, nella misura del 20%, da distribuire secondo una ripartizione determinata dal Responsabile del Servizio, sulla base dell’apporto conferito all’iniziativa e del maggior carico di lavoro complessivamente sostenuto dal settore.
2. L’importo della sponsorizzazione costituente corrispettivo in denaro ovvero costituente fornitura di bene o servizio è quantificato o riferito ad appositi capitoli di bilancio in entrata e/o in uscita.
3. Per le sponsorizzazioni di importo superiore a € 10.000,00, sulla parte eccedente il suddetto limite si applicano le disposizioni di cui al comma 1, nelle misure stabilite dalla Giunta Comunale.

Art. 9 - 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 all’immagine o alle iniziative del Comune.
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. 10 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento sono trattati in conformità alle disposizioni comunitarie e nazionali a tutela della riservatezza.

Art. 11 - Aspetti fiscali

1. Per gli aspetti fiscali delle iniziative di sponsorizzazione e delle manifestazioni di liberalità o mecenatismo, previste dal precedente articolo 7, si rinvia alle disposizioni vigenti in materia.

Art. 12 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È 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. 13 - Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore 15 giorni dopo la pubblicazione all'Albo Pretorio della deliberazione approvativa.