

COMUNE DI ZIANO PIACENTINO
Provincia di Piacenza

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA
DELLE SPONSORIZZAZIONI
DI ATTIVITA' E PROGETTI COMUNALI

Approvato con delibera di C.C. n. 13 del 25/02/2010.

Indice

Art. 1 – Oggetto del Regolamento

Art. 2 – Definizioni

Art. 3 – Finalità

Art. 4 – Profili procedurali generali per l'acquisizione di sponsorizzazioni

Art. 5 – Scelta dello sponsor

Art. 6 – Contenuti contrattuali

Art. 7 – Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione Comunale come sponsor

Art. 8 – Ruolo dell'Amministrazione Comunale quale sponsee

Art. 9 – Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

Art. 10 – Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili

Art. 11 – Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

Art. 12 – Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche o servizi

Art. 13 – Profili procedurali e garanzie inerenti gli sponsor realizzatori di opere pubbliche o servizi

Art. 14 – Tutela dei marchi

Art. 15 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalla sponsorizzazioni

Art. 16 – Trattamento dei dati personali

Art. 17 – Entrata in vigore del Regolamento

ARTICOLO 1 - OGGETTO DEL REGOLAMENTO

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/97, nell'art. 119 del D. Legs. 267/00, nell'art. 26 del D. Legs.163/2006, nell'art. 15, comma 1, lett .d) del C.C.N.L. DELL' 1.4. 99 Come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNI 2001.

In particolare il presente regolamento disciplina le attività dell'amministrazione dirette a realizzare in attuazione di obiettivi definiti, sponsorizzazioni sia con ruolo di sponsor sia con ruolo di sponsee, nonché le relative procedure.

L'amministrazione operante come sponsor procede alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione non alterando il proprio ruolo di neutralità e l'imparzialità della propria azione, in conformità ai principi costituzionali e normativi vigenti, al fine di ottenere benefici anche d'immagine dall'associazione o convenzionamento con iniziative, attività o progetti di soggetti pubblici e privati.

L'amministrazione operante come sponsee procede alla situazione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati al fine di ottenere miglioramenti economicamente apprezzabili della qualità dei servizi da essa erogati, sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative, nonché al fine di acquisire risorse destinate a consentire risparmi di spesa

ARTICOLO 2 - DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intendono:

- a) Per contratto di sponsorizzazione un contratto a titolo oneroso mediante il quale il comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor) che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare in appositi e predeterminati spazi il nome, il luogo, il marchio, i prodotti;
- b) Per sponsorizzazione si intende ogni contributo in beni o servizi danaro o altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti 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 sponsee il soggetto sponsorizzato che rende una prestazione di mezzi, consistente nella divulgazione dei segni distintivi dello sponsor in modi previsti dal contratto;
- e) Per spazio pubblicitario lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal comune per la pubblicità dello sponsor.

Ai fini del presente regolamento sono individuati:

- a) Come amministrazione il comune parte di un contratto di sponsorizzazione;
- b) Come logo marchio o segno distintivo le rappresentazioni grafiche o le immagini o le rappresentazioni testuali utilizzate dallo sponsor come elemento illustrativo della propria attività o del proprio ruolo commerciale, da veicolare a fini pubblicitari.

ARTICOLO 3 - FINALITA'

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative i prodotti, i beni, i servizi le prestazioni inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio del comune; il risultato della sponsorizzazione si caratterizza 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.

ARTICOLO 4 - PROFILI PROCEDURALI GENERALI PER L'ACQUISIZIONE DI SPONSORIZZAZIONI

L'amministrazione perviene alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione previa individuazione dei soggetti che assumono la veste di sponsor.

La selezione degli sponsor potenziali è sollecitata con apposito avviso nelle forme previste dall'art. 5 salvo quanto previsto dal successivo art. 9.

Per ogni contratto di sponsorizzazione l'amministrazione definisce preliminarmente il valore dello stesso, esplicitando le peculiarità del progetto dell'iniziativa o dell'intervento sponsorizzato al fine di farne rilevare la correlazione con le componenti economiche della sponsorizzazione salvo quanto previsto dal successivo art. 9.

ARTICOLO 5 - SCELTA DELLO SPONSOR

La scelta dello sponsor è preceduta di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso.

All'avviso anzidetto è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio sul sito internet del comune ed eventualmente in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.

In caso di progetti che per la loro peculiarità possono costituire interesse per una specifica categoria merceologica i soggetti interessati verranno avvisati prioritariamente.

L'avviso di cui ai precedenti commi, deve contenere i seguenti dati:

- a) L'iniziativa o progetto per i quali è riservato lo spazio pubblicitario compreso nell'elenco delle iniziative predeterminate annualmente dell'ente;
- b) L'esatta determinazione dello spazio utilizzabile e la durata della pubblicità;
- c) Le modalità e i termini di presentazione dell'offerta;
- d) L'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
- e) La durata della sponsorizzazione,
- f) I criteri di scelta.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) Il bene il servizio, l'immagine che si intende pubblicizzare;

b) Il corrispettivo della sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti per i soggetti privati: se persone fisiche:

a) L'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la P.A. 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;

d) La non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale o religiosa.

Se persone giuridiche:

oltre alle autocertificazione anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

Per i soggetti pubblici:

a) il nominativo del legale rappresentante

b) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale o religiosa.

L'offerta dovrà inoltre contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

Dopo che la Giunta avrà approvato il progetto, previa istruttoria dell'ufficio, ove pervengano più offerte, sarà approvata con determina del Resp. di servizio, apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.

La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il comune, in caso di parità si procederà al sorteggio.

Definita la graduatoria gli spazi pubblicitari sono assegnati sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascun sponsor cominciando dal primo della graduatoria. In caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

Ulteriori spazi pubblicitari potranno essere assegnati a soggetti interessati anche in assenza di graduatoria qualora le richieste possano essere tutte accolte.

ARTICOLO 6 - CONTENUTI CONTRATTUALI

La gestione delle sponsorizzazioni all'interno di ogni singolo progetto, verrà regolata mediante apposito contratto nel quale verranno stabiliti tutti gli elementi necessari.

Sarà pertanto necessario indicare:

- a)l'oggetto della sponsorizzazione;
- b)la completa descrizione delle modalità di attuazione della sponsorizzazione
- c)l'eventuale diritto di esclusiva;
- d)la durata del contratto e l'eventuale sua rinnovabilità;
- e)il corrispettivo;
- f)le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
- g) le responsabilità e impegni reciproci;
- h)le possibili cause di risoluzione del contratto;
- i)l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- l)l'onere delle spese di bollo;
- m)la facoltà per il comune di recedere dal contratto prima della scadenza subordinata alla tempestiva comunicazione e le modalità con cui tale comunicazione deve avvenire;
- n)la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danno all'immagine del Comune o non siano perseguiti i fini sociali e di pubblica utilità cui il Comune deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

ARTICOLO 7 - DEFINIZIONE DEL RAPPORTO CONTRATTUALE CON L'AMMINISTRAZIONE COMUNALE COME SPONSOR

L'amministrazione perviene alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione nei quali assume la veste di sponsor sulla base di

specifiche proposte del settore o ufficio interessato inerenti l'individuazione dei progetti o delle iniziative da sostenere, con esplicitazione della motivazione della scelta delle stesse in relazione ai presumibili benefici di ritorno non escluso il beneficio d'immagine.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del servizio proponente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato in precedenza.

ARTICOLO 8 - RUOLO DELL'AMMINISTRAZIONE COMUNALE QUALE SPONSEE

L'amministrazione opera come sponsee in relazione a progetti, iniziative, interventi per i quali intende acquisire risorse qualificate o significative a sostegno alle proprie attività di sviluppo delle finalità istituzionali.

I contratti di sponsorizzazione nei quali l'amministrazione assume ruolo di sponsee possono avere a titolo di corrispettivo anche la messa a disposizione di beni e di servizi per valori pari a quello del contratto.

ARTICOLO 9 - RECEPIMENTO DI INIZIATIVE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR

L'amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici o privati i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative comunali manifestano spontaneamente la loro volontà.

Le proposte di sponsorizzazione valutate con decisione della giunta comunale, devono evidenziare le forme di supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria.

ARTICOLO 10 - DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

L'amministrazione comunale a suo insindacabile giudizio si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- 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 all'immagine e alle proprie iniziative;

c) La reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:

a) Propaganda di natura politica;

b) Pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, armi, materiali pornografico o a sfondo sessuale,

c) Messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ARTICOLO 11- ESPLICITAZIONE DELL'ESCLUSIVA GENERALE O DELLE ESCLUSIVE COMMERCIALI

L'amministrazione definisce le sponsorizzazioni secondo rapporti in esclusiva generale o commerciale qualora ritenga tale opzione utile.

In relazione a quanto previsto dal precedente comma 1, nei contratti di sponsorizzazione possono essere esplicitate clausole di esclusiva:

a) generale, comportanti la formalizzazione del rapporto con un unico soggetto in veste di sponsor;

b) commerciale con formalizzazione di più rapporti di sponsorizzazione con soggetti in veste di sponsor ciascuno individuato come contro parte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.

L'amministrazione evidenzia la sussistenza o meno di clausole di esclusiva generale o commerciale.

ARTICOLO 12 - CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE AVENTI COME PRESTAZIONI CORRISPETTIVE LA REALIZZAZIONE DI OPERE PUBBLICHE O SERVIZI

L'amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche l'esecuzione di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.

I contratti stipulati nel rispetto delle previsioni di cui al precedente comma 1 contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

ARTICOLO 13 - PROFILI PROCEDURALI E GARANZIE INERENTI GLI SPONSOR REALIZZATORI DI OPERE PUBBLICHE O SERVIZI

Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori di lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

ARTICOLO 14 - TUTELA DEI MARCHI

I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'amministrazione prevedono espressamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

L'amministrazione può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative ai propri segni distintivi, qualificando con appositi atti lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

ARTICOLO 15 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- a) Implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del ccnl del 99;
- b) Finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni di bilancio.

L'assegnazione della quota di risorse a favore del personale dipendente sarà stabilita di volta in volta dalla giunta comunale contestualmente alla deliberazione di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione.

La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri da contrattarsi con le oo.ss. di categoria in sede decentrata.

ARTICOLO 16 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

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

I singoli interessati hanno la facoltà di esercitare i loro diritti riconosciuti dal d. legs. 196/2003.

Titolare del trattamento dei dati del comune è il sindaco

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti dagli addetti degli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.

ARTICOLO 17 - ENTRATA IN VIGORE DEL REGOLAMENTO

Il presente regolamento entra in vigore il primo giorno del mese successivo a quello di esecutività della relativa delibera di approvazione.

Il Direttore Segretario dispone affinché il regolamento sia pubblicato sul sito internet del comune e ne sia data la massima diffusione ed informazione alla cittadinanza .