



COMUNE DI BORGHETTO SANTO SPIRITO

(Provincia di Savona)

Ufficio Segreteria - tel. 0182/972210 - fax 0182/941870 - e-mail segreteria.bss@virgilio.it

REGOLAMENTO COMUNALE PER LE SPONSORIZZAZIONI

Art. 1 - Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della l. 449/1997, dell'art. 119 del D. Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL 1.04.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare maggiori entrate e/o maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali, **perseguendo interessi pubblici escludendo forme di conflitti di interesse tra attività pubbliche e private.**

Art. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Borghetto Santo Spirito (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 pubblicitari, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità 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": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, 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 da 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.
2. 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.

Art. 3 - Oggetto

1. Il presente regolamento disciplina le attività dell'Amministrazione dirette a realizzare, in attuazione di obiettivi definiti, sponsorizzazioni con ruolo di sponsee, nonché le relative procedure.
2. L'Amministrazione operante come sponsee procede alla stipulazione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati nel rispetto del proprio ruolo di neutralità e imparzialità 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.

Art. 4 - Scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor avviene secondo le modalità definite dal vigente regolamento per la disciplina dei contratti. Le scelte sono precedute, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. 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 maggior conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.
3. L'avviso, di cui ai precedenti commi, contiene in particolare i seguenti dati:
 - a) L'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico capitolato;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;

4. L'offerta, **in forma scritta**, deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti: per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

se persone fisiche:

- a) l'inesistenza della condizione di incapacità 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;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale o religiosa.

se persone giuridiche:

oltre alle autocertificazioni 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 o dei legali rappresentanti;
 - b) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale o religiosa.
5. L'offerta dovrà, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
6. L'offerta di sponsorizzazione sarà valutata da apposita commissione nel rispetto dei criteri definiti dal regolamento.

Art. 5 - Ruolo dell'Amministrazione Comunale quale sponsee

1. L'Amministrazione opera come sponsee, in relazione a progetti, iniziative, interventi per i quali intende acquisire risorse qualificate o significativo sostegno alle proprie attività di sviluppo delle finalità istituzionali.
2. Nell'ambito dei contratti di sponsorizzazione nei quali opera come sponsee, l'Amministrazione definisce clausole operative riguardanti le proprie prestazioni per la veicolazione di segni distintivi dello sponsor.

Art. 6 - Iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi di PEG assegnati al responsabile del servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al responsabile del servizio per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 7 - 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. 8 - Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili

1. 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 alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità 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 tabacco, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

A r t . 9 - Esplicitazione dell'esclusiva generale o delle esclusive commerciali

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 controparte principale ed unica per una specifica categoria merceologica o di attività.
3. L'Amministrazione evidenzia la sussistenza o meno di clausole di esclusiva generale o commerciale.

A r t . 10 - Definizione del rapporto contrattuale con l'Amministrazione Comunale come sponsee

1. I rapporti relativi alla sponsorizzazione nella quale l'Amministrazione opera con ruolo di sponsee sono formalizzati in specifico contratto, nel quale sono precisati:
 - a) le finalizzazioni generali della sponsorizzazione;
 - b) gli obblighi dello sponsor e dello sponsee
 - c) i profili economici della sponsorizzazione;
 - d) le clausole condizionanti il rapporto;
 - e) la disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
 - f) le forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
 - h) le clausole inerenti la risoluzione del contratto e delle controversie.
2. 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 valore pari a quello del contratto.

A r t . 11 - Contratti di sponsorizzazione aventi come prestazioni corrispettive la realizzazione di opere pubbliche

1. 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.
2. 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.

A r t . 12 - Profili procedurali e garanzie inerenti gli sponsor realizzatori di opere pubbliche

1. 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.
2. 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.

A r t . 13 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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 reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

A r t . 14 - Utilizzo delle maggiori entrate e 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. Le somme introitate a seguito di contratti di sponsorizzazione costituiscono maggiori entrate.

3. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:

- nella misura del 40% sono destinate alla implementazione e incremento delle risorse finalizzate alla incentivazione della produttività del personale e alla retribuzione di risultato dei responsabili dei servizi che hanno realizzato le relative attività (art. 15 del CCNL dell'1.4.99 come modificato dall'art. 4 CCNL 15.10.01)
- la restante quota del 60% costituisce economia di bilancio.

Art. 15

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 dall'art.7 del d. lgs. 196/2003.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Borghetto Santo Spirito in persona del 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 o privati in relazione alla finalità del regolamento.

Art. 16

Verifiche e controlli

1. Le “ sponsorizzazioni” sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio Comunale competente in 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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

