

# **COMUNE DI VILLADOSSOLA – PROVINCIA DEL V.C.O.**

## **Regolamento per l'acquisizione 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, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lettera d) del CCNL dell'1/4/1999, 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 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 (comprese le associazioni di volontariato riconosciute) ed associazioni, senza fini di lucro, costituite con atto notarile.
2. I contratti di cui al comma 1 sono conclusi per:
  - a. Realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del Bilancio dell'Ente; 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 onere per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor;
  - b. Consentire di pubblicizzare la loro ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari a fronte del pagamento di un corrispettivo in denaro.

### **Art. 3**

#### **Definizioni e competenze**

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 o un corrispettivo in denaro o una predeterminata prestazione a titolo gratuito, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  - b) Per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro, o 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;

- e) I “progetti di sponsorizzazione” che prevedono il pagamento di un corrispettivo in denaro per consentire di pubblicizzare la ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari sono gestiti dal Servizio Finanziario;
- f) I “progetti di sponsorizzazione” che prevedono l’acquisizione a titolo gratuito di beni o servizi o la realizzazione di interventi e prestazioni inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell’ente, sono realizzati dai funzionari responsabili dei relativi procedimenti di spesa.

#### Art. 4

### **Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, secondo la vigente normativa, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
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;
  - b) L’esatta determinazione dell’offerta per 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 nell’avviso.
5. L’offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
  - a) Per le persone fisiche:
    - ✓ L’inesistenza delle condizioni ostative a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della Legge 689/1981 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);
  - 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.
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’apposita commissione (composta dal Segretario e dal responsabile del Servizio Finanziario), nel rispetto dei criteri definiti nell’avviso.

#### Art. 5

### **Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Il ricorso alle “sponsorizzazioni” può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell’Ente nelle ordinarie voci.

## 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 all'utilizzazione dello spazio;
  - b. La durata del contratto di sponsorizzazione;
  - c. Gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
  - d. Le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
2. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Funzionario responsabile del servizio nel cui ambito rientra il progetto di sponsorizzazione; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nell'avviso.

## Art. 7

### **Utilizzo dei corrispettivi in denaro e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. I corrispettivi in denaro nonché i risparmi di spesa derivanti dalla realizzazione dei progetti di sponsorizzazione sono utilizzati per le seguenti finalità:
  - a) Nella misura del 0,5% sono destinate ad eventuali dipendenti direttamente interessati e coinvolti nelle varie fasi dell'acquisizione della sponsorizzazione, individuati da apposito atto da parte del funzionario competente, attraverso un'implementazione di pari importo del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1/4/1999;
  - b) La restante quota costituisce economia di bilancio.
2. La determina di ripartizione e liquidazione dell'eventuale incentivo tra gli aventi diritto è di competenza del Responsabile del Servizio Affari Generali ed è unica per anno di riferimento.
3. Le somme erogate a titolo di incentivo sui progetti di sponsorizzazione realizzati si intendono al netto dei contributi a carico dell'ente.

## 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 interessi 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, "nuove dipendenze";
  - 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 dal D.Lgs. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Villadossola nella 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 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.

#### 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 della voce di bilancio interessata.
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, qualitativi e quantitativi.
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.

#### Art. 12

### **Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall’Amministrazione Comunale secondo le modalità 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.

#### Art. 13

### **Entrata in vigore**

1. Il presente Regolamento entra in vigore il giorno successivo all’intervenuta esecutività della deliberazione consiliare di approvazione.