



COMUNE DI CASSANO DELLE MURGE
PROVINCIA DI BARI

REGOLAMENTO GENERALE PER LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con D.C.C. n. 28 del 29.06.2007

ENTRATO IN VIGORE IL 10.08.2007

Art.1 (Finalità)

Il presente regolamento intende disciplinare, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli Enti Locali, approvato con d. lgs. 18/8/2000 n. 267, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, ricreativi e altro, promossi dall'Amministrazione Comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione .

Art.2 (Condizioni)

Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento di interessi pubblici;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa e/o il conseguimento di utilità sociali.

Art.3 (Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari)

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati (persone fisiche o giuridiche), associazioni, organismi, enti o similari, per realizzare o acquistare a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti e\o compatibili con i programmi dell'ente e con le scelte e gli indirizzi attuativi contenuti nel piano esecutivi di gestione.

La sponsorizzazione potrà consistere nella messa a disposizione di somme di danaro da finalizzare alla acquisizione di beni-servizi o prestazioni ovvero nella materiale erogazione di tali utilità da parte dello sponsor direttamente o mediante soggetti terzi dallo stesso individuati e remunerati.

La sponsorizzazione potrà consistere, altresì, nella realizzazione di un'opera pubblica o di interesse pubblico dietro presentazione di progetto esecutivo gradito e approvato dall'Amministrazione Comunale, nel rispetto del codice degli appalti pubblici.

A fronte della sponsorizzazione il Comune concederà allo sponsor il diritto di fruire di spazi pubblicitari su manifesti, depliant e altri mezzi di divulgazione dell'evento, ovvero il diritto di esporre cartelloni o striscioni nei luoghi di svolgimento, altre iniziative promozionali preventivamente condivise ed approvate.

Art. 4 (Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor)

L'amministrazione comunale ove intenda acquisire sponsorizzazioni a sostegno di proprie iniziative, procederà alla pubblicazione di apposito avviso all'albo pretorio, nel sito internet e/o con altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor;
- b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

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, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione;
- c) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio, pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal responsabile del settore dell'amministrazione competente nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del settore dell'amministrazione competente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.

E' comunque fatta salva la possibilità di accettare proposte di sponsorizzazione pervenute da privati interessati, purchè corredate e conformi a quanto previsto ai commi precedenti.

E' altresì fatta salva la facoltà di individuare e/o accettare sponsorizzazioni, anche in mancanza di pubblico avviso, ove di valore non eccedenti €. 1.000,00.

Art. 5 (Esclusioni)

Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'amministrazione comunale / provinciale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Art. 6 (Individuazione delle iniziative)

Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate con il Peg. In alternativa, nel corso dell'anno, la giunta può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione. Spetta, altresì, alla Giunta esprimersi sulle richieste di sponsorizzazione da privati.

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.

Nell'ambito del peg o della delibera della Giunta saranno anche individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

Art. 7 (Contratto di sponsorizzazione)

Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione ad attività interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'ente, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultano stabiliti:

- a) l'oggetto e le finalità ed il valore del contratto di sponsorizzazione;
- b) Il diritto dello sponsor alla utilizzazione " esclusiva" ovvero " non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
- c) Le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefit, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di pubblicità;
- d) L'individuazione del pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor;
- e) La durata del contratto di sponsorizzazione;
- f) Gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento; prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.

Ove il valore delle sponsorizzazioni non ecceda € 1000,00, il contratto di intenderà perfezionato anche con lo scambio di lettere commerciali contenenti gli elementi di cui al comma precedente.

Art. 8 (Diritto di rifiuto)

L'Amministrazione, 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.

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 (Aspetti fiscali)

La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi la disciplina sull'iva secondo le previsioni dell'art. 11 del dpr 26 ottobre 1972 n.633

Art. 10 (Trattamento e controlli)

le “sponsorizzazioni” sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio dell’Amministrazione competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi. 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. 11(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 facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del d. lgs 196/2003.

Art. 12 (Riserva organizzativa)

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall’amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento. 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 (Norme di rinvio)

Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.

Rimangono in vigore le specifiche disposizioni del regolamento comunale per la sponsorizzazione di aree di verde pubblico, approvato con deliberazione consiliare n. 3 del 25.01.2002.