

COMUNE DI CASSAGO BRIANZA

Provincia di Lecco

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA 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, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 (e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza).
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro (costituite con atto notarile) per:

- realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa dell'ente;
- le attività di progettazione, accessorie e per l'esecuzione di lavori pubblici.

Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una 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.

Si vuole, pertanto, sia salvaguardare e valorizzare il patrimonio comunale senza oneri per l'ente, sia conservare lo stesso patrimonio con una finalità e destinazione pubblica.

I contratti di sponsorizzazione consentiranno di ridurre gli impegni organizzativi ed operativi del competente Servizio che potrà, conseguentemente, concentrare i propri impegni sulle altre attività e sugli altri obiettivi di propria competenza.

Art. 3 - Definizioni

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 a titolo gratuito una predeterminata prestazione di beni e/o di servizi e lavori pubblici, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il proprio prodotto o marchio, la propria iniziativa in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, il proprio prodotto o marchio, la propria iniziativa in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - 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. I suddetti spazi o supporti non potranno avere i colori che contraddistinguono i cartelli di

pericolo del Codice della Strada. Il loro posizionamento deve rispettare i parametri fissati in materia dal Codice della strada, a salvaguardia dell'incolumità fisica degli utenti della strada. Dovranno essere altresì acquisiti, qualora ne ricorrano le condizioni, i previsti nulla osta da parte degli enti pubblici interessati

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedure che assicurino la trasparenza e la più ampia partecipazione degli interessati (sponsor) preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, 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, secondo i contenuti dello specifico "capitolato speciale 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. 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 nel capitolato speciale di sponsorizzazione
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni che inibiscono la contrattazione 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;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - certificato d'iscrizione alla Camera di Commercio (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, compresa la eventuale previsione di idonea copertura assicurativa.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da un'apposita commissione tecnica composta da almeno 3 membri, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato speciale di sponsorizzazione, la cui predisposizione è in capo al Dirigente/Responsabile del servizio competente.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente/Responsabile dell'Ufficio competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato, fatto salvo il pagamento dell'imposta comunale sulla pubblicità, se dovuta. In considerazione del servizio offerto alla cittadinanza, potrà essere prevista l'esenzione dalla T.O.S.A.P.

9. Qualora si utilizzi il contratto di sponsorizzazione per le attività di progettazione, accessorie e di esecuzione lavori, lo sponsor dovrà possedere i requisiti per la qualificazione alla partecipazione a gare di cui al D.P.R. 34/2000. Per l'utilizzo del contratto di sponsorizzazione nell'ambito del LL.PP. si fa rinvio a quanto previsto nella determinazione dell'Autorità di vigilanza n° 24/2001.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi annuali assegnati al dirigente/responsabile del servizio interessato. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente/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, le prestazioni e le opere che la Giunta Comunale stabilirà, preventivamente, come obiettivi in capo ai singoli Dirigenti/Responsabili di servizio.

Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

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;
- e) recesso unilaterale del Comune nel caso in cui lo sponsor ponga in essere comportamenti sconvenienti, non appropriati e che ledano l'immagine dell'Ente;
- f) esclusione di ogni forma di indennizzo allo sponsor nel caso di cui alla precedente lettera e);
- g) divieto di cessione del contratto di sponsorizzazione.

Art. 7 – Utilizzo 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. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) nella misura massima del 3% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999;
 - b) nella misura massima del 77% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali e/o interventi sul patrimonio comunale secondo le indicazioni del bilancio;
 - c) la restante quota costituisce economia di bilancio.

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 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.
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. 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 dall'art. 13 della legge 31.12.1996, n. 665 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Cassago Brianza in 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 alla 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 del capitolo interessato.
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, 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.

Art. 12 – 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.

Art. 13 – Entrata in vigore

Il presente regolamento entrerà in vigore con l'esecutività della deliberazione di approvazione da parte del Consiglio Comunale, ai sensi dell'art. 16 del vigente Statuto Comunale.