



COMUNE DI CASTIGLIONE DEL LAGO

Provincia di Perugia

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI E/O COLLABORAZIONI

Approvato con delib. c.c. n. 140 del 29.12.2010

ART. 1 - FINALITÀ

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell' art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art.26 D.lgs 163/06, nonché sulla base delle disposizioni relative al CCNL e al Contratto Integrativo decentrato per il personale degli Enti locali.
2. Le iniziative di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare economie di bilancio ed una migliore qualità dei servizi dell'Ente.

ART. 2 - DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione" e/o accordo di collaborazione: 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, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e/o marchio in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione" e/o accordo di collaborazione: ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetali equivalenti, che verranno previsti in un apposito capitolo di bilancio, provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o marchio aziendale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- e) per "sponsor": il soggetto privato e/o pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione;
- 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.

ART. 3 - CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI

1. I contratti di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione possono essere conclusi con i seguenti soggetti:

- qualsiasi persona fisica, purchè in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica amministrazione;
- qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art.2511 cod.civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art.2602 cod.civ.), i liberi professionisti anche in forma associata;
- le Associazioni senza fini di lucro, le cui finalità statutarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Comune.

2. La conclusione del contratto tende alla realizzazione o acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o l'equivalente corrispettivo, inerenti programmi di spesa ordinali con finanziamento a carico del bilancio dell'ente. Il risultato della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale e/o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale e/o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

ART.4 AMBITO DI APPLICAZIONE

1. Le sponsorizzazioni rappresentano strumenti tramite i quali il Comune acquisisce da soggetti terzi risorse finanziarie e/o strumenti finalizzate alla:

- a) realizzazione di eventi sportivi, culturali, sociali e di promozione turistica;
- b) attività connesse all'informazione istituzionale;
- c) attività inerenti il servizio di verde pubblico e di arredo urbano;
- d) realizzazione di opere e di lavori pubblici;
- e) esecuzione di scavi e sondaggi archeologici;
- f) programmazione, progettazione ed esecuzione di iniziative e di OO.PP;
- g) realizzazione di iniziative riconducibili ai fini propri del Comune;
- h) manutenzione e restauro di edifici di proprietà e/o di beni culturali;
- i) ogni altra attività di interesse pubblico.

2. Nell'ottica del conseguimento di un pubblico beneficio nonché di economie di bilancio e gestione, le sponsorizzazioni potranno anche consistere nella esecuzione di opere e lavori

pubblici espletati direttamente dal soggetto sponsorizzante o da altro soggetto investito di tale onere dal soggetto sponsorizzante.

ART.5 – SPONSORIZZAZIONE DI OPERA PUBBLICA

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

2.I contratti stipulati ai sensi del precedente comma 1 contengono l'esatta individuazione e quantificazione 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.

3.Ai sensi delle previsioni contenute nell'art.26 del D.lgs 163/2006, gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono essere qualificati ai sensi di legge. Analogamente, nel caso in cui i lavori non vengano eseguiti direttamente dallo sponsor, i soggetti individuati dallo sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni, devono essere anch'essi qualificati ai sensi di legge.

4.Una volta conclusa la procedura di selezione dello sponsor in base a quanto previsto all'art.6 del presente regolamento, la realizzazione dell'opera pubblica avverrà ai sensi delle prescrizioni della vigente normativa in materia di lavori pubblici.

Art. 6 - PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

1. Il Responsabile dell'area di competenza, in relazione ai progetti di competenza, e all'entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un bando o avviso pubblico, indicando tra l'altro le categorie di soggetti interessati, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione e/o collaborazione.

2. Al bando o avviso di sponsorizzazione e/o collaborazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e attraverso altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. Il bando o avviso devono contenere, in particolare, i seguenti dati:

a) l'oggetto della sponsorizzazione e/o contratto di collaborazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;

b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;

e) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione e/o collaborazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico, e nel capitolato o progetto relativo.

5.L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

- a) l'inesistenza delle condizioni 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; e) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
- d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
- e) l'eventuale nome del rappresentante legale o del soggetto muniti del potere di rappresentanza;
- f) l'eventuale qualificazione in caso di effettuazione di lavori pubblici;
- g) l'impegno da parte dello sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio comunale competente, nel rispetto dei criteri stabiliti nel bando o avviso pubblico.

7. Il contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell'Area competente, con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art.7 – AFFIDAMENTO DIRETTO

1. Potrà procedersi all'affidamento diretto della sponsorizzazione nei seguenti casi:
 - a. in caso siano state esperite senza esito le procedure di cui al precedente articolo 6;
 - b. in casi eccezionali, adeguatamente motivati, legati alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
 - c. nel caso di sponsorizzazioni il cui valore sia inferiore a Euro 20.000,00 ad eccezione delle opere pubbliche di cui all'art. 5, per le quali il valore è elevato ad € 50.000,00;
2. Qualora tuttavia, un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetali equivalenti, al fine di rendere un servizio alla cittadinanza, nel caso di mancanza di offerte a seguito del bando o avviso pubblico, previa istruttoria degli effetti benefici, la Giunta Comunale può autorizzare la stipula del contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione.

Art. 8 - INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile di Area. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile dell'Area per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione e/o collaborazioni in base al presente regolamento.
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.

Art. 9- CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE E/O ACCORDI DI COLLABORAZIONE

1. La gestione della sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione, viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) Individuazione dell'oggetto del contratto;
- b) Valore della sponsorizzazione;
- e) Obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) Modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsor;
- e) Impegni e/o obblighi a carico dello sponsor;
- f) Lavori, servizi ecc. da eseguire a corrispettivo dell'attività dello sponsor;
- g) Verifiche e controlli sulle attività dello sponsor;
- h) Profili economici del rapporto contrattuale;
- i) Recesso;
- j) Inadempimenti e risoluzione del contratto;
- k) Risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
- l) Spese e disposizioni contrattuali finali.

Art. 10 - UTILIZZO DEI RISPARMI DI SPESA DERIVANTI DALLE SPONSORIZZAZIONI

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2.1 risparmi di spesa di cui al comma 1 sono utilizzati per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 20% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell' 1/04/1999;
- b) nella misura del 10% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato dei Responsabili dell'area di cui all'art. 26 del ceni del 23/12/1999 (abrogato);
- e) nella misura del 60% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
- d) la restante quota del 10% costituisce economia di bilancio.

3. L'importo complessivo relativo alla percentuale di cui al comma 2 lettera a), dovrà essere compreso tra le risorse decentrate variabili e costituire parte integrante del calcolo delle risorse decentrate stesse. Al tempo stesso le somme riportate nel calcolo delle risorse decentrate variabili, ed oggetto della contrattazione decentrata integrativa, saranno finanziate esclusivamente ad incentivare il personale che avrà partecipato alla procedura relativa alla sponsorizzazione.

Art. 11 - DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione 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) reputi la sponsorizzazione e/o l'accordo di collaborazione 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. 12 - 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.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Castiglione Del Lago 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. 13 - 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. 14 - VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione 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. 15 - RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione 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. 16 - NORME TRANSITORIE

Sono fatte salve le richieste già pervenute e/o gli accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento.