



Comune di Rieti

Provincia di Rieti

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con delibera del Consiglio comunale
n. 21 del 25/02/2009

INDICE

Art. 1 – Finalità	pag. 3
Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari	pag. 3
Art. 3 - Definizioni	pag. 3
Art. 4 - Sollecitazione a manifestazioni di interesse per sponsorizzazioni	pag. 3
Art. 5 -Pubblicizzazione della volontà dell'Amministrazione Comunale di stipulare contratti di sponsorizzazione	pag. 4
Art. 6 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor	pag. 4
Art. 7 - Individuazione dello sponsor	pag. 4
Art. 8 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	pag. 5
Art. 9 - Struttura e contenuti principali del contratto di sponsorizzazione	pag. 5
Art. 10 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	pag. 6
Art. 11 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	pag. 6
Art. 12 - Trattamento dei dati personali	pag. 6
Art. 13 - Verifiche e controlli	pag. 7
Art. 14 - Riserva organizzativa	pag. 7
Art. 15 - Amministrazione in qualità di sponsor	pag. 7
Art. 16 - Tutela dei marchi	pag. 8
Art. 17 – Norme generali	pag. 8

Art. 1 – Finalità

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.

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 pubblici, per realizzare interventi o acquisire a titolo gratuito 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 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.

Art. 3 - Definizioni

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, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale 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;
- c) per "sponsor": il soggetto pubblico e/o 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.

Art. 4 - Sollecitazione a manifestazioni di interesse per sponsorizzazioni

L'Amministrazione sollecita le manifestazioni di interesse alla sponsorizzazione di propri progetti, iniziative o interventi mediante un avviso ufficiale al quale è data la massima pubblicità.

L'avviso per sollecitare le manifestazioni d'interesse alle sponsorizzazioni è predisposto dall'Amministrazione con riferimento ai seguenti elementi essenziali:

- a) descrizione dell'attività sponsorizzata;
- b) valore della sponsorizzazione;
- c) vantaggi potenziali per lo sponsor;
- d) obblighi generali dello sponsor;
- e) prestazioni principali per la veicolazione dei segni distintivi dello sponsor da parte del soggetto sponsorizzato – sponsee;
- f) procedura per la formalizzazione del contratto.

Le sponsorizzazioni potranno anche essere reperite dal Comune con procedimenti semplificati in comunicazioni a ditte o a soggetti privati interessati, a seconda del tipo di manifestazione, di servizio o di attività nel rispetto del criterio della trasparenza e par condicio.

Art. 5 - Pubblicizzazione della volontà dell'Amministrazione Comunale di stipulare contratti di sponsorizzazione

L'Amministrazione pubblicizza gli avvisi nei quali esplicita la propria volontà di stipulare contratti di sponsorizzazione facendo ricorso a:

- a) comunicazioni specifiche ad associazioni di categoria od imprenditoriali;
- b) pubblicazioni integrali degli stessi sul proprio e su altri siti internet;
- c) comunicazioni specifiche inoltrate a soggetti già in relazione con l'Amministrazione per contratti di pubblicità o che abbiano in precedenza manifestato l'interesse ad assumere il ruolo di sponsor.

Art. 6 - Recepimento di iniziative spontanee di potenziali sponsor

L'Amministrazione può pervenire alla formalizzazione di contratti di sponsorizzazione anche con soggetti pubblici e/o privati che manifestino spontaneamente la loro intenzione di assumere il ruolo di sponsor di progetti o iniziative.

Le proposte di sponsorizzazione presentate ai sensi del precedente comma 1 devono specificare il valore presumibile del corrispettivo delle attività di veicolazione pubblicitaria e le forme con le quali il medesimo corrispettivo viene ad essere reso.

In caso di iniziative spontanee di sponsorizzazione, la Giunta, qualora giudichi congrua l'offerta, formalizza l'accordo senza ulteriori obblighi.

Art. 7 – Individuazione dello sponsor

L'individuazione dei qualificati soggetti scelti dall'Amministrazione come sponsor di propri progetti, iniziative od interventi è da questa effettuata mediante specifici provvedimenti, sia con riferimento alle procedure di selezione, sia con riguardo ai casi nei quali il rapporto si forma sulla base del recepimento delle manifestazioni di interesse spontanee.

Art. 8 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

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. 9 – Struttura e contenuti principali del contratto di sponsorizzazione

Qualora l'Amministrazione perviene alla formalizzazione di rapporti nei quali opera come soggetto sponsorizzato – sponsee, il contratto di sponsorizzazione o l'accordo ad esso assimilabile è impostato, facendo riferimento ai seguenti elementi:

- a) finalizzazioni generali della sponsorizzazione;
- b) definizione dettagliata degli obblighi dello sponsor e del soggetto sponsorizzato – sponsee;
- c) definizione degli aspetti economici della sponsorizzazione, con particolare riguardo alla forma del corrispettivo, realizzabile con finanziamento, messa a disposizione di beni o servizi, esecuzione di lavori;
- d) indicazione di clausole specifiche inerenti il particolare rapporto contrattuale;
- e) definizione dettagliata della disciplina dell'uso dei loghi, marchi o segni distintivi dello sponsor;
- f) definizione dettagliata delle forme di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor;
- g) specificazione delle modalità e degli strumenti per l'eventuale valutazione dell'efficacia della sponsorizzazione;
- h) precisazione delle clausole inerenti la risoluzione del contratto e delle controversie.

Quando l'Amministrazione abbia individuato come corrispettivo della sponsorizzazione l'esecuzione di lavori, i contratti a tal fine stipulati contengono anche l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento degli stessi, i tempi di validità del contratto, nonché i profili utili alla loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

Qualora il contratto di sponsorizzazione superi la durata di 5 (cinque) anni, sullo stesso decide il Consiglio Comunale.

I soggetti che eseguono i lavori nell'ambito dei contratti di cui al presente comma 2, siano essi gli sponsor o soggetti individuati, devono comunque possedere la qualificazione per la realizzazione delle opere, ai sensi della normativa vigente.

Art. 10 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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

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

- a) nella misura del 50% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali dell'assessorato competente;
- b) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.

Art. 11 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

L'Amministrazione rifiuta la 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 all'Ente o alla collettività o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative.

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 o alla promozione e all'uso di sostanze proibite;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
- Alla Giunta Comunale verrà data informazione delle sponsorizzazioni di cui al comma 1.

Art. 12 – 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 dall'art. 7 del D.Lgs. 30/06/2003 n. 196.

Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Rieti in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.

I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art.13 - Verifiche e controlli

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.

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. 14 - Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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. 15 – Amministrazione in qualità di sponsor

L'Amministrazione comunale può essa stessa assumere la veste di sponsor, veicolando la propria immagine verso il pubblico, attraverso il sostegno, finanziario o di altra natura, di particolari manifestazioni od iniziative di carattere culturale, sportivo, sociale o educativo, ritenute, di volta in volta, rilevanti al fine del raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sociale, civile e culturale dei cittadini.

L'eventuale corrispettivo, consistente in servizi o contributi in conto esercizio, deve essere in ogni caso previsto nel Settore competente e allocato in opportuna posta del PEG. Il Responsabile di Settore competente, sulla base delle indicazioni della Giunta, provvederà alla relativa imputazione economica, mediante sottoscrizione di apposito contratto con lo sponsee.

Art. 16 – Tutela dei marchi

I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Amministrazione prevedono necessariamente clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia e dal Regolamento Comunale sull'uso del logo.

L'Amministrazione può definire in relazione ai contratti di sponsorizzazione specifiche clausole relative ai propri segni distintivi, qualificando con appositi atti lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Art. 17 – Norme generali

1. Il presente regolamento entra in vigore il primo giorno successivo dopo che la delibera di approvazione diventi definitiva
2. Con decreto del Sindaco, da adottarsi entro 60 giorni dall'entrata in vigore del presente regolamento, viene individuato il funzionario responsabile della corretta applicazione dello stesso.