

COMUNE DI SESTRIERE

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

Allegato alla delibera di C.C. n. 38 del 14/09/2009

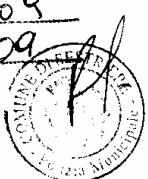
Reg. prot. L. n. 1438

pubblicato in PA

dal 23/09/09

al 08/10/09

o. 04/11/09



Ripubblicato
1527

pubblicato in PA

dal 12/10/09

al 27/10/09

o. 24/11/09



ART. 1 FINALITA'

1.1 Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449 /1997 e nell'art.119 del D.Lgs. 267/2000, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, per il perseguitamento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

1.2 Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

1.3 L'Amministrazione può stipulare contratti atipici o innominati, i quali, oltre alle norme del presente regolamento, sono disciplinati in via analogica dalle regole dettate per i contratti tipici, in quanto applicabili o comunque nell'ambito dei principi generali dell'ordinamento.

ART. 2 CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

2.1 I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni e possono avere per oggetto l'acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o attività, o contribuzioni economiche. Il Risultato della sponsorizzazione di 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

3.1 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, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per **sponsorizzazione**: ogni contributo in denaro, 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 a 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 PROCEDURA DI SPONSORIZZAZIONE E SCELTA DELLO SPONSOR

4.1 La scelta dello sponsor è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

4.2 All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione (associazioni di categoria, internet, ecc.).

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

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti delle specifico "capitolato";
- b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;

4.4 L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il corrispettivo in denaro, il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.

4.5 L'offerta deve essere accompagnata dalla documentazione prevista nell'avviso.



- 4.6 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.
- 4.7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio Segreteria, nel rispetto dei criteri definitivi nel capitolato.
- 4.8 Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dalla Responsabile dell'Area Amministrativa; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato;
- 4.9 Per i contratti di sponsorizzazione per i quali il corrispettivo in denaro o la stima dei beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi a titolo gratuito sia inferiore a € 20.000,00 si può provvedere a trattativa diretta e il contratto si può concludere con scambio di lettere commerciali.
- 4.10 In relazioni a particolari manifestazioni culturali e sportive l'Amministrazione può assumere anche la veste di sponsor.

ART. 5 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE

- 5.1 Le iniziative di sponsorizzazione possono essere individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile del servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile del servizio per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
- 5.2 Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, le opere, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente.
- 5.2 Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

ART. 6 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

- 6.1 La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
- l'oggetto e la finalità del contratto di sponsorizzazione;
 - il diritto dello sponsor alla utilizzazione "esclusiva", ovvero "non esclusiva" dell'opera pubblica o parte di essa, dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi e/o periodo per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
 - le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefits, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
 - la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
 - la disciplina della facoltà di recesso.

ART. 7 ATTO DI MECENATISMO

- 7.1 Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto del contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con prevalenza di profili di "mecenatismo" da parte dello sponsor, non sono soggette alla procedura selettiva di cui sopra, ma sono formalizzate con provvedimento di affidamento diretto del Responsabile del Servizio, qualunque sia il valore della prestazione resa.

ART. 8 DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

- 8.1 L'Amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
- 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.

8.2 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 materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio e minaccia.

ART.. 9 **TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

9.1 I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

9.2 I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D. Lgs. n. 196/2003.

ART. 10 **RISERVA ORGANIZZATIVA**

10.1 La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

10.2 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.

10.3 L'individuazione dell'agenzia pubblicitaria avviene, previa pubblicazione di avviso ai sensi dell'art. 4, commi 1 e 2, su base fiduciaria in base alla valutazione comparata e motivata delle proposte pervenute.



REGOLAMENTO COMUNALE PER LE SPONSORIZZAZIONI

➤ DELIBERAZIONE DI CONSIGLIO COMUNALE N. 38 DEL 14/09/2009

“Approvazione del regolamento per le sponsorizzazioni”

Pubblicato	Dal 23/09/2009 al 08/10/2009	Registro pubblicazioni n. 1438
Ripubblicato	Dal 12/10/2009 al 27/10/2009	Registro pubblicazioni n. 1527