

Comune di Follonica

*per la disciplina e
la gestione
delle sponsorizzazioni*

*Delibera Consiglio Comunale
n. 72 dell'1 agosto 2005*



REGOLAMENTO

SOMMARIO

SOMMARIO

| | |
|---|-------------------|
| Art. 1 – Finalità | 3 |
| Art.2 - Contenuto delle sponsorizzazioni e destinatari..... | 3 |
| Art. 3 – Definizioni | 3 |
| Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor..... | 3 |
| Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione..... | 4 |
| Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione | 5 |
| Art.7 - Responsabilità..... | 5 |
| Art. 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni | 5 |
| Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni..... | 6 |
| Art.10 Applicabilità del contratto di sponsorizzazione nei lavori pubblici..... | 6 |
| Art. 11 - Trattamento dei dati personali..... | 6 |
| Art. 12 - Aspetti fiscali..... | 6 |
| Art. 13 - Verifiche e controlli..... | 7 |
| Art.14 - Riserva organizzativa..... | 7 |

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 – Contenuto delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente.
2. Possono essere conclusi, con i medesimi soggetti di cui al comma precedente, contratti a titolo oneroso, mediante i quali il Comune offre a terzi, a seguito del pagamento di un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio o i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa iniziale.
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti che abbiano in atto controversie di natura giuridica con l'Amministrazione Comunale di Follonica.

Art. 3 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto mediante il quale il Comune di Follonica (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo oppure a fornire a titolo gratuito una determinata prestazione o servizio, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "**sponsorizzazione**": ogni contributo in beni, servizi, denaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività o la propria ragione sociale, per conseguire un beneficio di immagine;
 - c) per "**sponsor**": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Follonica;
 - d) per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Follonica per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante selezione ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso o trattativa privata.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e 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 (o progetto di sponsorizzazione);
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario, cioè l'impegno da parte dell'Amministrazione per favorire la veicolazione del marchio, nome, logo dello sponsor;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta dello sponsor deve essere presentata in forma scritta e deve, di regola, indicare:
- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- a) per le persone fisiche:
 - 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;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - la non appartenenza a organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - 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.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da una Commissione formata dal Dirigente del settore che organizza l'iniziativa o l'evento e due funzionari del Comune, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del settore che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Dirigenti. 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.
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 nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello sponsor all'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.

Il Comune di Follonica si impegna alla elaborazione di uno schema di contratto-tipo, al fine di uniformare la documentazione.

In ogni contratto deve essere prevista la facoltà del Comune di Follonica di recedere dal contratto prima della scadenza, subordinata alla tempestiva e formale comunicazione allo sponsor; deve essere, inoltre, prevista, la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danno all'immagine del Comune, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

Il mancato o solo parziale pagamento del corrispettivo previsto o la mancata o parziale esecuzione delle prestazioni o dei servizi offerti sarà causa di risoluzione del contratto, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

Art. 7 - Responsabilità

Il Comune di Follonica è sollevato da qualsiasi responsabilità di natura civile o penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività di promozione e pubblicità da parte dello sponsor.

Art.8 - 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 utilizzati per le seguenti finalità:
 - a) implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, nonché del fondo di retribuzione di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 secondo i seguenti criteri:
 - per sponsorizzazioni di importo inferiore o uguale a € 2.600,00 nella misura del 20%;
 - per sponsorizzazioni di importo compreso fra €2.600,00 e €5.200,00 nella misura del 15%;
 - per sponsorizzazioni di importo maggiore a €5.200,00 nella misura del 10%;
 - b) la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.
3. L'assegnazione della quota di risorse a favore dei Dirigenti e del Personale Dipendente sarà stabilita, di volta in volta dalla Giunta Comunale contestualmente alla Delibera di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione .

4. La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata rispettivamente per il Personale Dipendente e la Dirigenza.

Art. 9 - 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 e armi da guerra;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art.10 Applicabilità del contratto di sponsorizzazione nei lavori pubblici.

Le attività di progettazione ed esecuzione di lavori pubblici possono formare oggetto di contratti di sponsorizzazione alle condizioni fissate dall'art.43 comma 2 della L.23 dicembre 1997 n.449.

Lo sponsor è tenuto a rivolgersi esclusivamente ad imprese qualificate ai sensi della normativa vigente per l'esecuzione dei lavori di cui trattasi (decreto Pres.Rep. n.34/2000), al fine di garantire la qualità delle lavorazioni aventi ad oggetto beni pubblici e l'Amministrazione comunale provvederà alla effettuazione di adeguata sorveglianza e vigilanza in merito.

Art. 11 - 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 dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento.

Art. 12 - Aspetti fiscali

Il contratto di sponsorizzazione costituisce attività rilevante ai fini IVA e soggetta ad aliquota di legge vigente tempo per tempo.

Il contributo specificato dal contratto dovrà essere sempre espresso con la dicitura "oltre ad iva di legge" e l'importo erogato dovrà pertanto essere sempre comprensivo di iva.

L'ufficio ragioneria dell'Ente provvederà ad emettere apposito documento fiscale e, ad incasso avvenuto, a riversare l'iva dovuta all'Erario.

Gli importi utilizzabili ai fini dell'evento o dell'iniziativa finanziata saranno pertanto rappresentati dai contributi stessi al netto di quanto di competenza Erariale per Iva.

Art. 13 - 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. 14 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È 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.