



COMUNE DI MASSAROSA
(Provincia di Lucca)

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Deliberazione C.C. n. 66 del 23.07.2007

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nonché sulla base delle disposizioni relative ai CCNL per l'area del personale e area della Dirigenza degli Enti Locali.
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.
3. L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi dell'Amministrazione Comunale.

Art. 2 - Contenuti 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; 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

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 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 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata secondo la disciplina contenuta nel regolamento dei contratti dell'Ente.
2. Il Dirigente del Settore interessato, in relazione ai singoli progetti e/o attività di competenza, in funzione dell'entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un bando o avviso pubblico, indicando tra l'altro le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione.
3. Del bando o dell'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune di Massarosa, invio alle associazioni di categoria e/o mediante altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
4. Il bando o 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;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
5. 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 bando o avviso pubblico nonché di quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione;
 - c) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità ed effettuare tutti 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 definiti nel bando od avviso pubblico.
7. Qualora un soggetto pubblico o privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari equivalenti, al fine di rendere un servizio alla cittadinanza, nei casi di urgenza comprovata oppure nel caso di mancanza di offerte a seguito del bando o avviso pubblico, previa istruttoria degli effetti benefici, la Giunta Comunale può autorizzare la redazione del contratto di sponsorizzazione.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del Settore competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel bando, avviso, capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. 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 la attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base a 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 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) L'individuazione dell'oggetto del contratto;
 - b) La durata del contratto;
 - c) Il valore della sponsorizzazione;
 - d) Impegni e/o obblighi dello sponsee;
 - e) Modalità della veicolazione pubblicitaria della ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
 - f) Impegni e/o obblighi dello sponsor;
 - g) Lavori, servizi, ecc. da eseguire a corrispettivo dell'attività dello sponsee;
 - h) Verifiche e controlli sulle attività dello sponsee;
 - i) Verifiche e controlli sulle attività dello sponsor;
 - j) Profili economici del rapporto contrattuale;
 - k) Recesso;
 - l) Inadempimenti e risoluzione del contratto;
 - m) Risoluzione controversie relative all'esecuzione del contratto;
 - n) Spese e disposizioni contrattuali finali;

Art 7 - 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.

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. 8 - 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 Massarosa 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.9- 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.10 - 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. 11 - 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. 12 – Amministrazione in qualità di sponsor

1. L'Amministrazione Comunale può essa stessa assumere la veste di sponsor in relazione alle seguenti iniziative:

- a) per particolari manifestazioni od iniziative culturali, inerenti alla pubblicizzazione e/o valorizzazione di attività o beni culturali;
- b) per attività sportive ed altre attività sociali che abbiano rilevanza nazionale, regionale o provinciale, con particolare riferimento al Associazione e/o Società che operino nel settore dei portatori di handicap o nella ricerca scientifica.

2. L'eventuale corrispettivo, consistente in servizi o contributi in conto esercizio, deve essere in ogni caso previsto nel Settore competente ed allocato in opportuna posta del PEG.

3. Il Dirigente del Settore competente, sulla base dell'indicazione della Giunta o dell'Assessore competente provvederà alla relativa imputazione economica, mediante sottoscrizione di apposito contratto con lo sponsee.

Art. 13 – 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.

Art. 14 -Entrata in vigore

Il presente regolamento , una volta esecutiva la deliberazione di sua approvazione, sarà ripubblicato per 15 giorni consecutivi all'Albo Pretorio ed entrerà in vigore il giorno successivo all'ultimo di pubblicazione, ai sensi dell'articolo 61 dello Statuto Comunale.