



COMUNE DI CREAZZO

PROVINCIA DI VICENZA

**COMUNE DI CREAZZO
PROVINCIA DI VICENZA**

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

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 96 del 22.12.2009

INDICE

- Art. 1. – Finalità
- Art. 2 – Destinatari
- Art. 3 – Definizioni
- Art. 4 – Procedura di sponsorizzazione
- Art. 5 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni
- Art. 6 – Contratto di sponsorizzazione
- Art. 7 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- Art. 8 – Aspetti fiscali
- Art. 9 – Trattamento dei dati personali
- Art. 10 – Verifiche e controlli
- Art. 11 – Riserva organizzativa
- Art. 12 – Controversie
- Art. 13 - Entrata in vigore

ART. 1 Finalità

1. Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge n. 449/1997 e nell'art. 119 del D. Lgs. n. 267/2000.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a migliorare la qualità dei servizi istituzionali e, al contempo, a realizzare economie di bilancio.

ART. 2 Destinatari

2. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, Enti, associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni o beni; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio.

ART. 3 - Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende:

1. per "contratto di sponsorizzazione": contratto mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative od attività, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire beni e servizi secondo le prescrizioni del bando di gara;
2. per "sponsorizzazione": ogni corrispettivo in denaro ovvero ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale o specifiche attività legate all'oggetto sociale;
3. per "sponsor": i soggetti di cui all'art. 2 che intendono stipulare un contratto di sponsorizzazione;
4. per "oggetto della sponsorizzazione": il supporto fisico o l'attività che consente al Comune di veicolare le informazioni o la ragione sociale dello sponsor;
5. 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

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante bando pubblico adeguatamente pubblicizzato.
2. Al fine di consentire una razionale programmazione delle risorse finanziarie disponibili e degli eventi che si prevede di realizzare, l'Amministrazione predispone apposito avviso pubblico annuale per conseguire il finanziamento relativo agli eventi che sono programmabili all'inizio dell'anno.

3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità attraverso la pubblicazione all'Albo dell'Ente, inserimento nel sito Internet del Comune e altre forme ritenute di volta in volta utili alla maggiore diffusione delle iniziative proposte.
4. 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'oggetto della sponsorizzazione;
 - 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 capitolato o nel progetto di sponsorizzazione;
6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) l'inesistenza delle condizioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari.
7. Per le persone giuridiche le autocertificazioni sopra elencate sono riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, i quali devono presentare idonea certificazione attestante la propria carica sociale a norma del DPR 445/2000.
8. L'offerta deve inoltre contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'oggetto della sponsorizzazione e alle relative autorizzazioni.
9. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Settore competente espressamente indicato nell'avviso pubblico, nel rispetto dei criteri indicati nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione che tengono conto dei contenuti morali, educativi, estetici, di impatto ambientale o altri aspetti ritenuti rilevanti per l'Ente.
10. Il Settore competente può procedere a perfezionare il contratto di sponsorizzazione previa comunicazione alla Giunta Comunale per l'eventuale valutazione di cui al successivo art. 5.
11. Ove pervenga all'Amministrazione, da parte di un soggetto sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata ad un determinato evento, l'Amministrazione stessa, valutatane l'opportunità e rispondenza alle prescrizioni del presente regolamento, predispone apposito avviso da pubblicare con le modalità previste al comma 3.
12. 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 capitolato.

13. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Dirigente e approvate dalla Giunta Comunale. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria.

ART. 5 - 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 o per quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'Amministrazione;
 - 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 di tabacco e di prodotti alcolici;
 - c) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - d) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 6 - Contratto di Sponsorizzazione

- 1) La gestione della sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto, nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
 - b) le forme specifiche di promozione e comunicazione;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) gli obblighi assunti dallo sponsor.

ART. 7 - 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 la cui destinazione sarà determinata con atto di Giunta Comunale tenuto conto delle esigenze di bilancio e delle disposizioni contrattuali per il personale del comparto delle Regioni e delle Autonomie Locali.

ART. 8 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione può coincidere con l'intero stanziamento previsto in bilancio per la specifica iniziativa 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. 9 - Trattamento dei dati personali

1. Il Comune utilizzerà i dati personali dello sponsor per il conseguimento delle finalità del contratto di sponsorizzazione.
2. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del Regolamento.
3. I dati saranno trattati in conformità alle attuali normative di riferimento dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del Regolamento.

ART. 10 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte degli Uffici competenti 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 l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 11 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune secondo il presente Regolamento.

ART. 12 - Controversie

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione e/o esecuzione del contratto di sponsorizzazione sarà devoluta al competente Foro di Vicenza.

ART. 13 – Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore dalla data d'esecutività della delibera consiliare d'approvazione.