



# CITTA' DI OVADA

PROVINCIA DI ALESSANDRIA

## REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

### 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, dell' art. 7 della Legge 166/2002, nell' art. 2 del D.Lgs. n. 30/2004, nonché delle disposizioni in materia contenute nei CCNL relativi al personale del Comparto Regioni - Autonomie Locali, compresa l' Area della Dirigenza, nel tempo vigenti.
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 del Comune, compresa la realizzazione di opere pubbliche di minore consistenza economica.

### Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, imprese, associazioni, fondazioni, singoli cittadini ed in generale chiunque, in ragione della propria attività si occupa di problematiche non in conflitto con l' interesse pubblico.
2. Il contratto di sponsorizzazione tende alla realizzazione o acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni, attività inseriti nei programmi di spesa ordinari del Comune, con finanziamento a carico del proprio bilancio. 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 il Comune, 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, marchio e prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, marchio aziendale, attività per conseguire un beneficio di immagine;
  - c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
  - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni, di volta in volta messo a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor (persona fisica o giuridica).

#### **Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante selezione preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso o trattativa privata.
2. Il Dirigente competente, in relazione ai singoli progetti e/o attività, ed in funzione dell' entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un avviso attraverso il quale invita i soggetti interessati alla stipula del contratto di sponsorizzazione.
3. Dell' avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all' Albo Pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione, in relazione all' entità e al tipo di sponsorizzazione.
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 dello spazio pubblicitario utilizzabile di dimensioni non superiori a cm. 70 x cm. 100, e la durata della pubblicità;
  - c) le modalità e i termini di presentazione dell' offerta di sponsorizzazione.
5. L' offerta deve essere presentata in forma scritta ed indicare:
  - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - b) l' esatta ragione sociale, marchio o attività che si intende pubblicizzare;
  - c) l'accettazione delle condizioni previste nell' avviso pubblico nonché quelle previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
  - a) per le persone fisiche:
    - l'inesistenza delle condizioni di divieto 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 ad 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.
7. 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.
8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da una apposita Commissione, composta dal Dirigente e da due funzionari del Comune, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità per il Comune.
9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nell' avviso, capitolato o progetto di sponsorizzazione.

#### **Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione sono individuate dal Dirigente responsabile dell' iniziativa, sulla base degli indirizzi impartiti dalla Giunta Comunale in sede di approvazione del PEG o con apposito atto. Il progetto di sponsorizzazione è approvato dalla Giunta Comunale.
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 del Comune nei capitoli di spesa ordinaria.

## **Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione delle sponsorizzazioni viene regolata da apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) il diritto dello sponsor alla 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;
  - e) il valore del corrispettivo della sponsorizzazione.

## **Art. 7 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni 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 utilizzate per le seguenti finalità:
  - a) implementazione delle Risorse decentrate di cui all'art. 31 del CCNL del 22.01.2005 nonché del Fondo per la retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999, secondo i seguenti criteri:
    - per sponsorizzazioni di valore inferiore a € 5.000,00 annui: nella misura del 20%;
    - per sponsorizzazioni di valore compreso tra € 5.000,00 e € 10.000,00 annui: nella misura del 15%;
    - per sponsorizzazioni di valore superiore a € 10.000,00 annui: nella misura del 10%;
  - b) finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio, per la restante parte;
3. L'assegnazione della quota di risorse a favore di ciascuno dei due fondi sarà, di volta in volta, stabilita dalla Giunta Comunale in sede di atto di indirizzo per l'avvio della iniziativa di sponsorizzazione.

## **Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. Il Comune, 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, materiale pornografico e a sfondo sessuale, di prodotti superalcolici con esclusione dei prodotti tipici locali;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

## **Art. 9 - 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 del D.Lgs. 30.06.2003 n. 196.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Ovada 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.10 - Aspetti fiscali**

1. Il valore ai fini fiscali per la "sponsorizzazione" corrisponde alla 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 ai fini fiscali correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

#### **Art.11 - 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. 12 - Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune, 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.