

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ARTICOLO 1 OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina le procedure relative alla stipula dei contratti di sponsorizzazione da parte di terzi ai quali l'amministrazione comunale può ricorrere, in conformità delle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. delle leggi sull'ordinamento degli Enti Locali, approvato con D.Lgs 18 agosto 2000 n. 267 e successive modificazioni ed integrazioni, nell'art 19 del D.Lgs 18 aprile 2016 n. 50, e della normativa di principio dettata dall'art. 43 della legge 27 dicembre 1997, n. 449, per iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Pietraperzia.

2. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune di Pietraperzia ed è finalizzato a favorire maggiori economie, nonché una maggiore qualità dei servizi istituzionali.

ARTICOLO 2 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

A) "Per contratto di sponsorizzazione": un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale il Comune (Sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a sua volta a fornire un predeterminato corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;

B) "Per sponsorizzazione": ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, in cambio della promozione dell'immagine o del nome o del prodotto degli stessi;

C) "Per sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;

D) "Per spazio pubblicitario": lo spazio fisico o qualsiasi altro supporto atto alla veicolazione di informazioni messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

ARTICOLO 3 SCELTA DELLO SPONSOR

1. Nell'ipotesi di iniziativa dell'Amministrazione Comunale, l'affidamento dei contratti di sponsorizzazione avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza e proporzionalità.

2. L'avviso di sponsorizzazione, redatto sulla base dei criteri stabiliti di volta in volta con delibera della Giunta Comunale dovrà altresì contenere i seguenti dati: a) l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario; b) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune; c) la durata della sponsorizzazione; d) le modalità, i

termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione; d) i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.

3. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare: a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare; b) il corrispettivo della sponsorizzazione.

4. All'offerta devono essere allegate le seguenti autocertificazioni attestanti:
Per le persone fisiche: – l'inesistenza della condizione di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale; – l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia; – l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo per le imprese); – la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
Per le persone giuridiche: – oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza deve essere altresì attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti. In ogni caso lo sponsor deve possedere i requisiti di ordine generale di cui all'art. 80 del D.Lgs 50/2016.

Per gli Enti Pubblici: - deve essere allegata un'autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara: - il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti; - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

5. 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.

6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal dirigente preposto all'Ufficio interessato, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione "capitolato"

7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente dell'ufficio competente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzato l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto "capitolato".

ARTICOLO 4 – INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività del Comune, compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente.

2. La gestione delle sponsorizzazioni è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono stabiliti: a. il diritto per lo sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario; b. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità; c. la durata del contratto di sponsorizzazione; d. il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor; e. la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

3. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

ARTICOLO 5 - UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.

2. L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della Giunta Comunale, su proposta del Responsabile del Settore competente.

ARTICOLO 6 – DIRITTO DI RIFIUTO ALLE SPONSORIZZAZIONI

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata; b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine alle proprie iniziative; c) sia in corso con l'offerente una controversia legale; d) reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse 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 espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ARTICOLO 7 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

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

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 13 della L. n. 675/1996 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento è il Comune di Pietraperzia in persona di un responsabile in conformità alla legge sopracitata, nominato dal Sindaco.

4. I dati raccolti saranno trattati in conformità alle vigenti norme e potranno essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ARTICOLO 8 – RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi indicati dal presente regolamento; è facoltà del Comune, qualora si 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.