



COMUNE DI TRAPANI
Provincia Regionale di Trapani
SETTORE FINANZIARIO

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

INDICE

Indice	pag. 1
Finalità (art. 1)	pag. 2
Contenuti delle sponsorizzazioni (art. 2)	pag. 2
Definizioni (art. 3)	pag. 2
Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor (art. 4)	pag. 3
Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione (art. 5)	pag. 4
Contratto di sponsorizzazione (art. 6)	pag. 4
Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni (art. 7)	pag. 5
Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni (art. 8)	pag. 5
Trattamento dei dati personali (art. 9)	pag. 5
Aspetti fiscali (art. 10)	pag. 6
Verifiche e controlli (art. 11)	pag. 6
Riserva organizzativa (art. 12)	pag. 6
Entrata in vigore (art. 13)	pag. 7

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, dell'art. 119 del D. Lgs. n. 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 e/o risorse finanziarie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Art. 2

Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, pubblici e associazioni senza fini di lucro, per acquisire risorse finanziarie e per realizzare o acquisire 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 nell'acquisizione di denaro e/o 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 pagare un determinato corrispettivo ovvero a fornire una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, ecc., in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, il marchio, l'attività, i prodotti, ecc.;
 - 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 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 mediante procedura ad evidenza pubblica, secondo la disciplina contenuta nel regolamento dei contratti dell'ente, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
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/o 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";
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario e la durata della pubblicità;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a) il corrispettivo della sponsorizzazione, ovvero 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 di incapacità 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.

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 dall'Ufficio comunale responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dall'Amministrazione comunale e nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente dell'Ufficio responsabile dell'iniziativa; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato (caratteristiche, durata della pubblicità e ubicazione dei mezzi pubblicitari). La copia del contratto, con l'allegata attestazione dell'avvenuto pagamento dell'imposta sulla pubblicità assolta dallo sponsor, è inviata alla P.U.A. e all'Ufficio Tributi e sostituisce la dichiarazione di cui all'art. 8 del decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507.

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 l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative dirette a reperire risorse finanziarie, ovvero 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 alla utilizzazione dello spazio pubblicitario (ad esempio, utilizzo del sito internet, di spazi all'interno di tutte le strutture di proprietà del Comune, di spazi sulle bacheche informative del Comune, di spazi su panchine e raccoglitori nelle aree pedonali e nei giardini pubblici, di spazi sulle buste paghe dei dipendenti, di spazi sui buoni mensa, di spazi su opuscoli editi dal Comune, di spazi sugli automezzi comunali, ecc.);
 - b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

Art. 7

Utilizzo delle maggiori entrate e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le maggiori entrate ed i risparmi di spesa realizzate a seguito della stipula dei contratti di sponsorizzazione sono utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) nella misura del 10% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999;
 - b) nella misura del 15% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999;
 - c) nella misura del 70% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - d) la restante quota del 5% costituisce economia di bilancio.

Art. 8

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale 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;
 - 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 della legge 31.12.1996, n. 675, e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Trapani, 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. Si applica la normativa in materia di imposte sul reddito (IRPEG) e di imposta sul valore aggiunto (IVA).

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 dall'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. 13

Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della deliberazione di adozione.
2. Per quanto non previsto nel presente regolamento, si applicano le norme di legge vigenti.