



COMUNE
DI CERVIA

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Approvato con atto C.C. n. 45 del 07/07/2005

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE E DEGLI
ACCORDI DI COLLABORAZIONE

INDICE

| | |
|---|--------|
| Art. 1 – Finalità | pag. 2 |
| Art. 2 – Definizioni | “ 2 |
| Art. 3 – Procedura per la scelta dello sponsor | “ 2 |
| Art. 4 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione e/o collaborazione | “ 3 |
| Art. 5 – Contratto di Sponsorizzazione e/o collaborazione | “ 3 |
| Art. 6 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni e/o collaborazioni | “ 4 |
| Art. 7 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni | “ 4 |
| Art. 8 – Trattamento dei dati personali | “ 4 |
| Art. 9 – Aspetti fiscali | “ 5 |
| Art. 10 – Verifiche e controlli | “ 5 |
| Art. 11 – Riserva organizzativa | “ 5 |
| Art. 12 – Spese contrattuali | “ 5 |

Approvato con atto C.C. n. 45 del 07.07.2005

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE E DEGLI ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività relative alla sponsorizzazione e agli accordi di collaborazione, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 27.12.1997 n. 449, dell'art. 119 del D.Lgs 18.08.2000 n. 267, e dell'art. 2 comma 6 della L. 109/94 come modificato dall'art. 7 della legge 1.8.2002 n. 166, dell'art. 2 del D.Lgs 22.1.2004 n. 30 dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'art. 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 23.12.1999 per l'area della dirigenza;

2. Le iniziative di sponsorizzazione nonché gli accordi di collaborazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

3. I contratti di sponsorizzazione e/o gli accordi di collaborazione possono essere conclusi con soggetti privati, pubblici e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni, denaro o attività inseriti nei programmi di spesa 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, della prevista prestazione da parte dello sponsor.

Art. 2 – 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, il logo, il marchio, i prodotti ecc., in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) Per “accordo di collaborazione”: forma di sponsorizzazione contraddistinta da una progettualità comune, che può esprimersi anche tramite un progetto-offerta, e di norma non finalizzata a singoli o specifici interventi ma ad eventi articolati anche a valenza pluriennale;
- c) Per “sponsorizzazione”: ogni contributo in beni, denaro, servizi, prestazioni, interventi o attività provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, le attività, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine.
- d) Per “sponsor”: il soggetto privato o pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione con il Comune.
- e) 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. 3 – Procedura per la scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata con le seguenti modalità:

- trattativa privata diretta fino a sponsorizzazioni e/o collaborazioni del valore di €10.000,00
- trattativa privata, previa pubblicazione di apposito avviso, per sponsorizzazioni e/o collaborazioni del valore da 10.000,01 a di € 100.000,00;
- asta pubblica, per sponsorizzazioni del valore oltre 100.000,00 €;
- appalto concorso per accordi di collaborazione del valore di oltre 100.000,00 €;

2. Le sponsorizzazioni sono aggiudicate in base ad uno dei seguenti criteri:

- a) unicamente al prezzo più elevato in termini di una mera entrata monetaria;
- b) a favore dell'offerta economicamente più vantaggiosa valutabile in base ad elementi diversi in relazione alla sponsorizzazione da realizzare, quali il merito tecnico, qualità, caratteristiche estetiche, il termine di consegna o di esecuzione, il prezzo;

3. All'avviso/bando di gara è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o con altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

4. L'avviso/bando può essere rivolto ad una determinata tipologia di sponsor o settore commerciale, previa circostanziata ed adeguata motivazione da parte del Dirigente del Settore proponente.

5. L'avviso/bando deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e/o collaborazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione e/o collaborazione;
- b) l'esatta determinazione e la durata dell'offerta dell'amministrazione per lo spazio o la forma pubblicitaria;
- c) il valore a base d'asta della sponsorizzazione e/o collaborazione;
- d) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta da parte dello sponsor;
- e) criteri di aggiudicazione;

6. L'offerta deve essere presentata dallo sponsor in forma scritta e, di regola, indica:

- a) i beni, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende mettere a disposizione.
- b) Il nome, logo, marchio prodotto che si intende pubblicizzare.

7. L'offerta deve essere accompagnata dalla seguente autocertificazione di dichiarazioni attestante:

- a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle cause 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;
 - l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni;
 - l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato;
 - nei casi di sponsorizzazione di attività inerenti i lavori pubblici: di possedere i requisiti di qualificazione previsti dal D.P.R. 34/2000 oppure in caso contrario di rivolgersi a soggetti in possesso dei suddetti requisiti di qualificazione.

b) per le persone giuridiche:

- oltre a quanto sopra elencato riferito ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

8. Per la commissione di gara e le relative procedure si fa riferimento al regolamento dei contratti nelle norme applicabili.

9. Ove sono previste più forme di sponsorizzazione e/o collaborazione, per la stessa iniziativa, per ognuna verrà predisposta apposita graduatoria.

10. La graduatoria è formata in ragione della maggior utilità economica o comunque del maggior vantaggio per il Comune.

11. Definita la graduatoria, gli spazi e le forme pubblicitarie sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascun sponsor cominciando dal primo della graduatoria.

Art. 4 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione e/o collaborazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione e/o collaborazione sono individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente. Inoltre, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per la attivazione di altre, ulteriori iniziative di sponsorizzazione.

2. Presupposto del ricorso al finanziamento a mezzo delle sponsorizzazioni è il progetto dell'iniziativa, dell'evento, dell'intervento dell'attività, approvato dall'organo comunale competente. In tale progetto, nella voce budget – parte entrate deve essere indicato l'importo che sarà oggetto di reperimento dalle sponsorizzazioni.

3. Il ricorso alla sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi, le prestazioni, i progetti ed interventi compresi quelli inerenti lavori pubblici, previsti a carico del bilancio dell'ente.

4. La Segreteria Generale coordinerà l'elaborazione di un piano delle iniziative di sponsorizzazione, che può costituire allegato al PEG o essere approvato dalla Giunta, a seguito degli indirizzi dalla stessa formulati.

Art. 5 – Contratto di sponsorizzazione e/o collaborazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto da parte dello sponsor e del dirigente competente nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione;
- b) la completa descrizione della modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- c) il diritto dello sponsor alla utilizzazione, anche non esclusiva, dello spazio pubblicitario o altre forme previste;
- d) la durata del contratto di sponsorizzazione e l'eventuale possibilità di rinnovo;
- e) il corrispettivo;
- f) le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
- g) le responsabilità e impegni reciproci;
- h) le possibili cause di risoluzione del contratto;
- i) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
- j) l'indicazione del foro competente per la risoluzione delle controversie;
- k) l'onere delle spese di bollo e di registrazione;

Art. 6 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni e/o collaborazioni

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.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1, e/o le maggiori entrate derivanti da sponsorizzazioni, sono utilizzati per le seguenti finalità:

- a) nella misura del 25% sono destinati 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 5% sono destinati 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 45% sono destinati al finanziamento di altre iniziative istituzionali;
- d) la restante quota del 25% costituisce economia di bilancio.

Art. 7 – Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare la 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.

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. 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 dal titolo II del D.Lgs 30.6.2003 n. 196 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Cervia e responsabili del trattamento sono i soggetti indicati nell'atto G.C. n. 87 del 14.3.2000 e s.m.;

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 da parte del Comune 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 della spesa, mediante sponsorizzazione, prevista in Bilancio per la specifica iniziativa.
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 qualificativi.
2. Le difficoltà 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 e/o collaborazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 12 – Spese contrattuali

1. Le spese contrattuali inerenti e conseguenti al contratto di sponsorizzazione, ivi comprese le spese di registrazione, sono di norma a carico della controparte.