



COMUNE DI LAIGUEGLIA

Provincia di Savona

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

**REGOLAMENTO APPROVATO con deliberazione di Consiglio Comunale n. 39 del
20/07/2009**

IN VIGORE dal 28/08/2009

INDICE

- ART. 1 - OGGETTO E FINALITA'**
- ART. 2 - CONDIZIONI**
- ART. 3 - DEFINIZIONI**
- ART. 4 - SCELTA DELLO SPONSOR**
- ART. 5 - RECEPIMENTO DI INIZIATIVE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR**
- ART. 6 - L' OFFERTA DI SOSTANZIALE MECENATISMO**
- ART. 7 - PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**
- ART. 8 - UTILIZZO DELLE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE A PROCEDURE D'APPALTO**
- ART. 9 - CORRISPETTIVI DELLE SPONSORIZZAZIONI**
- ART. 10 - UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI**
- ART. 11 - CASI ESCLUSI**
- ART. 12 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**
- ART. 13 - DISPOSIZIONI FINALI**

ART. 1 - OGGETTO E FINALITA'

Il presente regolamento disciplina la possibilità di sponsorizzazione, da parte di terzi, di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Laigueglia.

Il presente regolamento si prefigge lo scopo di disciplinare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Laigueglia.

ART. 2 - CONDIZIONI

Il ricorso al contratto di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:

- a. il perseguimento di interessi pubblici;
- b. l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c. Il conseguimento di risparmi di spesa.

ART. 3 - DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a. per contratto di sponsorizzazione, un contratto a titolo oneroso e 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, prestazioni o interventi, 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, prestazioni o interventi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
- c. per sponsor, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o l'associazione senza fine di lucro che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d. per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

ART. 4 - SCELTA DELLO SPONSOR

La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo di trattativa privata preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso.

All'avviso è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio e inserimento nel sito internet del Comune; inoltre, è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità,

anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione.

L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:

- a. l'iniziativa oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- b. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità di pubblicità offerta dal Comune;
- c. la durata della sponsorizzazione;
- d. le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
- e. i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:

- a. l'iniziativa, il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b. l'accettazione di tutte le condizioni di sponsorizzazione previste nel progetto di sponsorizzazione;
- c. il corrispettivo, in beni e servizi, denaro od ogni altra utilità, della sponsorizzazione;
- d. il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
- e. l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti il messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

All'offerta deve essere allegata una autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:

- a. di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
- b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
- c. nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
- d. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

Nel caso l'offerta sia fatta da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 5 riferita a sé stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.

L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria del competente ufficio, è approvata con atto deliberativo della Giunta Comunale.

Ove pervengano più offerte, con l'atto di Giunta anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.

La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor.

Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

ART. 5 – RECEPIMENTO DI INIZIATIVE SPONTANEE DI POTENZIALI SPONSOR

L'amministrazione può stipulare contratti di sponsorizzazione con soggetti i quali, intendendo assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative dell'ente, manifestino spontaneamente la loro volontà.

Le proposte spontanee di sponsorizzazione devono evidenziare le forme del supporto e il valore presumibile del corrispettivo della veicolazione pubblicitaria

L'offerta spontanea di sponsorizzazione, previa istruttoria del competente ufficio, è approvata con atto deliberativo della Giunta Comunale, riconoscendola utile agli interessi e confacente agli scopi istituzionali del Comune.

ART. 6 - L' OFFERTA DI SOSTANZIALE MECENATISMO

Le sponsorizzazioni offerte o proposte da privati o da enti e soggetti giuridici privi di finalità di lucro, specie ove il ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto tenue e prevalga l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c.d. di «mero mecenatismo» da parte dello sponsor, sono formalizzate come procedure di trattativa privata diretta, qualunque sia il valore della prestazione resa.

ART. 7 - PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal dirigente responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla Giunta Comunale con apposito atto.

Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni, i progetti, le attività, compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente e previste a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Le iniziative di sponsorizzazione possono comportare per il bilancio dell'ente sia una riduzione di spesa, sia incrementi di entrata.

La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:

- a. oggetto e finalità della sponsorizzazione;
- b. il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità non esclusiva nel corso delle iniziative per le quali è prevista; l'eventuale clausola di esclusività deve essere chiaramente prevista ed espressa nel contratto;
- c. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
- d. la durata del contratto di sponsorizzazione;
- e. il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
- f. le modalità procedurali, le garanzie richieste (fidejussioni ecc.), la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
- g. Le modalità di prestazione del corrispettivo della sponsorizzazione

Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'amministrazione.

ART. 8 – UTILIZZO DELLE SPONSORIZZAZIONI IN RELAZIONE A PROCEDURE D'APPALTO

L'amministrazione può prevedere, nell'ambito di bandi di gara per la selezione di contraenti per appalti di servizi, di forniture o di opere pubbliche, specifiche clausole inerenti la valutazione di proposte di sponsorizzazione, a parziale scomputo dell'onere correlato al valore dell'appalto.

Gli elementi valutativi inerenti le possibili proposte di sponsorizzazione non devono comunque costituire criterio con peso determinante in relazione al complessivo affidamento del servizio.

ART. 9 - CORRISPETTIVI DELLE SPONSORIZZAZIONI

I contratti di sponsorizzazione nei quali l'amministrazione assume ruolo di sponsee possono avere, a titolo di corrispettivo a carico dello sponsor, somme in denaro o la messa a disposizione di beni e di servizi per valore pari a quello del contratto. (operazioni permutative).

Nel caso di operazioni permutative si assume quale controvalore monetario del contratto, il valore di mercato delle prestazioni o dei beni erogati dallo sponsor.

ART. 10 - UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

I proventi in denaro delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati, e vengono prioritariamente investiti nell'iniziativa oggetto della sponsorizzazione.

ART. 11 - CASI ESCLUSI

Il Comune rifiuta qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:

- 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 o alle proprie iniziative;
- c. sia in corso con l'offerente una controversia legale;
- d. reputi l'offerta inaccettabile per motivi di opportunità generale.

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, di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c. messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 12 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

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

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni.

Titolare del trattamento è il Comune di Laigneglia in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopraccitata.

I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.

I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

ART. 13 - DISPOSIZIONI FINALI

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.

Il presente regolamento viene approvato con riferimento alle disposizioni contenute nell'articolo 43 della Legge 27.12.1997, n. 449 (legge finanziaria per il 1998), alle disposizioni dell'articolo 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267 (T.U. sull'ordinamento degli enti locali), e alla normativa applicabile in generale a tutta la materia delle sponsorizzazioni.

Il presente regolamento entra in vigore a seguito della pubblicazione per quindici giorni della deliberazione di approvazione in conformità a quanto stabilito dall'art. 77 del vigente Statuto Comunale.