

Città di Torre Annunziata

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 – OGGETTO

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione comunale al fine di garantire maggiori economie ed una migliore qualità dei servizi prestati.

ART. 2 – FINALITA'

Il presente regolamento, in ossequio alle disposizioni contenute nell'art. 119 del decreto legislativo n. 267/2000 e dell'art. 43 della legge 449/97, si prefigge lo scopo di realizzare condizioni e strumenti necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

ART. 3 – DEFINIZIONI

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per “contratto di sponsorizzazione”:** un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti e quanto altro concordato;
- b) per “sponsorizzazione”:** ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti e quanto altro concordato ovvero conseguire un beneficio d'immagine;
- c) per “sponsor”:** il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico ai sensi dell'art. 119 del decreto legislativo n° 267/2000 e dell'art. 43 della legge n° 449/97 che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d) per “spazio pubblicitario”:** lo spazio fisico o il supporto con il quale vengono veicolate le informazioni di volta in volta messe a disposizione del Comune per la pubblicità dello sponsor.

ART. 4 – AMBITI

1. La Giunta Municipale con apposito atto deliberativo – di volta in volta – individua le attività che possono essere oggetto di sponsorizzazione. Conferisce, inoltre, sulla base dei propri indirizzi e delle proprie direttive al dirigente competente il potere di contrarre.
2. Il ricorso alle sponsorizzazioni può interessare tutti i settori e le attività della pubblica amministrazione, tutte le iniziative ed i progetti, con particolare riferimento agli eventi a rilevanza artistica/culturale o spettacolare promossi, gestiti o organizzati direttamente dal Comune o da un suo concessionario o affidatario.

ART. 5 – SCELTA DELLO SPONSOR

1. La Giunta Municipale, come previsto dall'art. 4, definisce direttive ed indirizzi per procedere alla scelta dello sponsor. Le procedure relative a tale scelta sono di competenza del dirigente del dipartimento interessato.
2. Le procedure di scelta del contraente di norma utilizzate, in ragione dell'atipicità delle obbligazioni da sottoscrivere, sono quelle della trattativa privata. In ogni caso, la scelta dello sponsor è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.
3. All'avviso anzidetto è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggior conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.
4. L'avviso, di cui ai precedenti commi contiene in particolare i seguenti dati:
 - a) l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario;
 - b) l'esatta determinazione delle modalità, delle forme e della durata della pubblicità;
 - c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta;
 - d) il corrispettivo minimo e/o la fornitura di beni e servizi richiesti.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti auto certificazioni attestanti:

- per soggetti privati (persone fisiche e giuridiche)

se persone fisiche:

- a) l'inesistenza della condizione di incapacità a contrarre con la pubblicità 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;
- b) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- d) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

se persone giuridiche:

oltre alle autocertificazione anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

- per i soggetti pubblici

- a) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - b) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
6. L'offerta dovrà, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
 7. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con atto deliberativo della giunta tenuto conto di quanto previsto dal successivo art. 6 del presente regolamento.
 8. Ove pervengano più offerte è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
 9. La graduatoria è formata in ragione della maggior utilità economica per il Comune.
 10. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor cominciando dal primo della graduatoria. In ogni caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

ART. 6 – GESTIONE

La gestione delle sponsorizzazioni sarà regolata da contratto nel quale verranno stabiliti in particolare:

- a) il diritto per lo sponsor alla pubblicità “non esclusiva” nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
- b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
- c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- d) il corrispettivo per la sponsorizzazione.

Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento.

Qualora la manifestazione non abbia luogo o il suo svolgimento, per qualsivoglia motivazione, avvenga in forme che ne riducano il dispiegamento in misura superiore al 50% il contratto si intende risolto senza ulteriori le parti contraenti.

ART. 7 - UTILIZZO DEI PROVENTI PER LE SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi delle sponsorizzazioni le economie derivanti dagli intervento sponsor sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. la quantizzazione delle economie in beni e servizi si desume dai piani finanziari approvati.
3. l'utilizzo proventi è subordinato al rispetto dei seguenti vincoli:
 - a) il 60% va riversato sulle poste già impegnate per le medesime attività;
 - b) il 20% va riversato sulle economie bilancio.

L'utilizzo del restante 20% di tali proventi, in analogia a quanto stabilito per le Amministrazioni dello Stato (articolo 43, comma 2 della Legge 27 dicembre 1997 n°449) ed in ossequio all'autonomia regolamentare prevista dagli articoli 3 e 7 del Decreto Legislativo n°267/2000, viene destinato all'incremento della retribuzione accessoria del personale che ha contribuito a realizzare il risparmio e segnatamente:

- a) al Dirigente del dipartimento interessato in misura del 5%;
- b) al Capo del settore interessato in misura del 5%;
- c) ai componenti del servizio interessato, secondo il prudente apprezzamento del Dirigente il dipartimento, in misura del 10%.

ART.8 – DIRITTO DI RIFIUTO DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Può essere rifiutata qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) Possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b) Si ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative anche 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 e materiale pornografico;
 - c) messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 9 – AFFIDAMENTI A TERZI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi precisati dall'art. 6 del presente regolamento.
2. E', tuttavia, facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale affidare in concessione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ed agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

ART. 10 – SPONSORIZZAZIONI AD OPERA DELL'ENTE

1. E' facoltà della Giunta Municipale, su conforme deliberazione d'indirizzo del Consiglio Comunale adottata contestualmente all'approvazione del bilancio di previsione, disporre che il Dirigente competente per materia provveda a stipulare contratto di sponsorizzazione per attività ed iniziative ritenute di particolare interesse o comunque meritevoli del sostegno della Pubblica Amministrazione.
2. Lo sponsor (il Comune) attraverso il dirigente competente accerta le condizioni generali e particolari della sponsorizzazione e le opportunità che determina per l'Ente.
3. La Giunta Municipale sulla base di una relazione istruttoria delle competente, fermi restando i principi generali dettati nell'atto di competenza del Consiglio Comunale, adotta il provvedimento che conferisce al Dirigente il potere di sottoscrivere le conseguenti obbligazioni.

ART. 11 – 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 dicembre 1996, n. 675 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il Comune di Torre Annunziata. Responsabile del trattamento è il Dirigente individuato mentre assolve la funzione di incaricato il responsabile del procedimento di sponsorizzazioni che detiene la relativa banda dati.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti ai servizi comunali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alla normativa vigente ed alle finalità del presente regolamento.

ART. 12 – ENTRATA IN VIGORE

Il presente regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della relativa deliberazione di adozione