



COMUNE DI POTENZA

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

(Delibera di Consiglio Comunale n° 25 del 28/02/2011)

Art. 1 Oggetto e finalità.

Il presente Regolamento Comunale, ai sensi dell'art. 119 del TUEELL approvato con D.L.vo n. 267/2000 e dell'art. 26 del Codice dei Contratti Pubblici approvato con D.L.vo n. 163/2006, dell'art. 43 della L. 449/1997 e dell'art. 1322 del Codice Civile, disciplina la possibilità di sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Potenza.

Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, e proporzionalità.

Le iniziative di sponsorizzazione, in conformità ai fini istituzionali del Comune di Potenza, devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti, nonché a migliorare la qualità dei seguenti servizi ed attività:

- a) culturali, sportive e ricreative;
- b) di promozione turistica;
- c) di carattere sociale ed assistenziale;
- d) di promozione del territorio sotto il profilo della salvaguardia ambientale, della manutenzione dei parchi, del verde pubblico e delle aree pubbliche;
- e) di valorizzazione del patrimonio Comunale e dell'assetto urbano;
- f) di progettazione, direzione lavori, realizzazione e collaudo di opere pubbliche, anche di interesse storico culturale;

g) ogni altra attività connessa ad un incremento della qualità dei servizi erogati al cittadino

Art. 2 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

a) Per “contratto di sponsorizzazione” – (di seguito denominato “Contratto”) un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale l’Amministrazione Comunale (sponsee) offre, nell’ambito di proprie iniziative culturali, sociali, ricreative e altro, ad un terzo (sponsor) – che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro o a fornire una predeterminata prestazione, diretta o indiretta, a titolo gratuito – la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dal Contratto;

b) Per “sponsorizzazione” ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione (in beni materiali e/o in servizi) diretta o indiretta, proveniente da terzi allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d’immagine;

c) Per “sponsor” ai sensi dell’art. 119 del T.U. approvato con D. Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica), l’associazione senza fini di lucro o il soggetto pubblico che intenda stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;

d) Per soggetto un’impresa, pubblica o privata, nazionale o transnazionale, includendo le società controllate o collegate, in base alle definizioni ex art 2359 codice civile ed ex art. 7 L. 287/90, e le partecipazioni, anche di minoranza, gli appaltanti, i subappaltanti, i fornitori, i concessionari, i distributori, i contoterzisti, i detentori di brevetti, comunque inseriti nella struttura produttiva e commerciale dell’impresa.

e) Per “sponsee” il soggetto sponsorizzato, cioè l’Amministrazione Comunale;

f) 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.

2. Dal contratto di sponsorizzazione deve conseguire un corrispettivo in denaro ovvero un risparmio di spesa nella realizzazione di un’iniziativa di pubblico interesse.

Art. 3 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 dei vantaggi di cui all'art. 2, comma 2

Art. 4 Procedure di selezione dello sponsor

In caso di sponsorizzazioni, anche a carattere pluriennale, il cui importo o valore risulti complessivamente superiore ad Euro 100.000,00 si procederà all'individuazione del contraente attraverso **procedure aperte**.

Al di sotto di tale soglia la scelta dello sponsor è effettuata a mezzo di **procedura negoziata** preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso. Il contratto di sponsorizzazione, può avere ad oggetto la realizzazione di una singola manifestazione o può configurarsi come contratto di durata, può essere concluso in via diretta ovvero mediante procedura diretta in ossequio dei seguenti principi:

a) Procedura diretta:

- nel caso in cui sia stata esperita senza esito la procedura negoziata;
- in casi eccezionali adeguatamente motivati, legati all'urgenza ed alla particolare natura dell'evento i cui contenuti limitino la trattativa a soggetti determinati;
- quando la proposta si caratterizzi per unicità o per originalità e non comporti per il proponente il conseguimento di ingenti vantaggi economici anche indiretti, che comunque non superino i 5.000,00 Euro.

b) Procedura negoziata:

Al di fuori dei casi specificati al precedente punto a) si provvederà mediante pubblicazione di apposito avviso o bando.

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 maggiore conoscenza e partecipazione.

L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:

- il progetto di sponsorizzazione redatto dal Responsabile del settore interessato;
- l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;
- il valore della sponsorizzazione;
- i requisiti dello sponsor;
- i vantaggi generali per lo sponsor;
- obblighi per lo sponsor;
- prestazioni principali per la veicolazione dei segni distintivi da parte dello sponsor;
- la durata della sponsorizzazione;
- le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
- i criteri di scelta nel caso siano presentate più offerte;
- la procedura per la formalizzazione del contratto;

Art. 5 Offerta presentata dallo Sponsor

L'offerta deve essere presentata dallo sponsor in forma scritta secondo le modalità ed entro i termini indicati nell'avviso, e deve almeno indicare:

- il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
- il corrispettivo della sponsorizzazione, dettagliato in termini di modalità e tempistica nel caso in cui si tratti di utilità diverse da un corrispettivo in denaro.

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

- di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
- l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
- nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
- 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 punto riferita a se stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.

Nel caso l'offerta sia fatta da un ente pubblico, 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.

L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario e le relative autorizzazioni quando necessarie.

Ove pervengano più offerte, verrà redatta apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione, 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. 6 Valutazione delle offerte

Le offerte che pervengono a seguito della pubblicazione del bando verranno valutate da un'apposita Commissione nominata dal dirigente preposto al Servizio interno di riferimento, e composta di altri due funzionari dell'ente nominati di volta in volta con il provvedimento di indizione della procedura.

Art. 7 Programmazione

Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai dirigenti. Nel corso dell'anno la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici ai suddetti dirigenti per la attivazione di iniziative di sponsorizzazione .

Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività del Comune gestiti od organizzati dal Comune sia direttamente che indirettamente.

Art. 8 Struttura e contenuti principali del contratto di sponsorizzazione

La formalizzazione del rapporto di sponsorizzazione deve avvenire, indipendentemente dal valore complessivo attribuito alla operazione, in forma scritta pubblica amministrativa.

Nell'atto dovranno risultare i seguenti elementi:

- l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
- il diritto dello sponsor alla utilizzazione esclusiva o non esclusiva dello spazio pubblicitario concesso in spazi o nel corso di eventi, in proporzione all'offerta economica e nel rispetto del Regolamento sulla pubblicità;
- le modalità di promozione, comunicazione, pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, eventuali diritti di esclusiva, benefits, modalità di utilizzazione del marchio ed in presenza del logo dello sponsor su materiale di propaganda e pubblicità;
- l'individuazione della platea/pubblico di riferimento per la pubblicizzazione;
- la durata del contratto (se il contratto non riguarda un singolo evento o manifestazione ma si riferisce ad una attività continuata nel tempo il contratto deve qualificarsi "di durata ad esecuzione continuata");
- gli obblighi assunti rispettivamente dallo Sponsor e dallo Sponsee e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- il corrispettivo della sponsorizzazione, che deve essere, di regola, corrisposto prima della firma del contratto salvo eventuali ripartizioni, nel qual caso nel contratto dovranno essere inserite le modalità e le relative scadenze
- le modalità procedurali e le garanzie richieste (fideiussione bancaria o polizza assicurativa)
- le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la facoltà e le cause di recesso.

Art. 9 Utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni

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

L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della Giunta Comunale, su proposta del dirigente interessato alla realizzazione del progetto stesso.

Art.10 Casi esclusi

L'Amministrazione Comunale si riserva, a suo insindacabile giudizio, di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

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

Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, promozione di sostanze comunque proibite.
- messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art.11 Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

E' tuttavia facoltà dell'Amministrazione, 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. 12 Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni sono soggette a verifiche da parte del Servizio comunale competente al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti ed i contenuti tecnici quantitativi e qualitativi .

Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor : la notifica e la eventuale diffida produrranno gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.. in tema di cause di risoluzione del contratto.

Articolo 13 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 Potenzai n persona del Dirigente Competente competente che di volta in volta assumerà la qualifica di Responsabile del Procedimento e titolare del trattamento dei dati personali .

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. 14 Norme di rinvio

Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente alla quale si rimanda.