



COMUNE di
SAN COLOMBANO AL LAMBRO
"BORGO INSIGNE" (Titolo Araldico)
Provincia di MILANO



*REGOLAMENTO PER LA
DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI*

Indice

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

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 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.

2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, 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 e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito 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 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 fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
- c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- 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 secondo la procedura negoziata della trattativa privata, salvo quanto disposto al successivo comma 7.

2. La trattativa privata è preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso mediante pubblicazione dello stesso all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dall'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.

3. L'avviso deve contenere i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato speciale e/o progetto di

sponsorizzazione;

- b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- 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 bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato speciale e/o progetto di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni 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. In caso di sponsorizzazioni, il cui valore risulti complessivamente superiore a € 50.000,00, si procederà all'individuazione del contraente attraverso procedure ad evidenza pubblica.

8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal servizio competente nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.

9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del Servizio competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PRO assegnati ai Responsabili di Servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici ai Responsabili di Servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte 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;
- 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 dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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 possono essere utilizzate per le seguenti finalità:

- a) nella misura del **40%** 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 **60%** sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.

Art. 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, 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 superalcolici, 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. 7 del Decreto Legislativo 30.06.2003 n. 196.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di San Colombano al Lambro, 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. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

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 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 ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 13 - Entrata in vigore

Il presente Regolamento soggetto a duplice pubblicazione, assume vigenza a seguito della sua pubblicazione all'Albo Pretorio per la durata di 15 giorni dopo che la deliberazione di adozione è divenuta esecutiva.

Il presente Regolamento è stato deliberato dal Consiglio Comunale nella seduta del 30.09.2005 con atto n. 46.

IL SINDACO

f.to (Rag. Gian Luigi Panigada)

IL SEGRETARIO COMUNALE

f.to (Dott. Marta Pagliarulo)

E' stato pubblicato all'Albo Pretorio per 15 giorni consecutivi dal 14.10.2005 all'08.11.2005.

IL SEGRETARIO COMUNALE

f.to (Dott. Marta Pagliarulo)

E' stato ripubblicato all'Albo Pretorio per ulteriori 15 giorni dall'08.11.2005 al 23.11.2005.

IL SEGRETARIO COMUNALE

f.to (Dott. Marta Pagliarulo)

Il presente atto e' copia conforme all'originale.

IL SEGRETARIO COMUNALE

f.to (Dott. Marta Pagliarulo)

San Colombano al Lambro, 30.11.2005