



# ***REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI***

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 37 del 24 giugno 2010

## ***Art. 1***

### ***Finalità***

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'Amministrazione comunale, 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 (e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza). Esso 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 efficienza, efficacia e trasparenza;
2. Tali sponsorizzazioni devono essere utilizzate unicamente in conformità ai fini istituzionali del Comune;
3. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti pubblici o privati che abbiano in atto controversie di natura giuridica con il Comune;
4. Le iniziative oggetto della sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmi di spesa per il Comune, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

## ***Art. 2***

### ***Definizioni***

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per "***contratto di sponsorizzazione***": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Cellino San Marco (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  - b) per "***sponsorizzazione***": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
  - c) per "***sponsor***": ai sensi dell'art.119 del T.U. approvato con D.Lgs. 267/2000, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Cellino San Marco;
  - d) per "***spazio pubblicitario***": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Cellino San Marco per la pubblicità dello sponsor.

## ***Art. 3***

### ***Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor***

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

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, e/o invio alle associazioni di categoria e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato (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 dove lo sponsor deve indicare:
  - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - b) il corrispettivo della sponsorizzazione e le modalità di pagamento;
  - c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato 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 rappresentanza di 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. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio relativo al Settore che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Servizio che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.
9. Non potrà farsi ricorso al contratto di sponsorizzazione:
  - Per servizi pubblici essenziali;
  - Per servizi espletati a garanzia di diritti fondamentali dei cittadini;
  - Per servizi inerenti il rilascio di certificazioni ed atti riferenti alla persona;
10. Il pagamento dell'importo della sponsorizzazione deve essere effettuato con le modalità stabilite dal Responsabile del Settore nell'atto di affidamento. Il mancato o parziale pagamento del

corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento, fatto salvo il risarcimento di ogni maggior danno;

#### **Art. 4**

##### ***Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione***

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile del Servizio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Responsabile del 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. 5**

##### ***Contratto di sponsorizzazione***

1. Il contratto di sponsorizzazione determina a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro o da forniture di beni /servizi prestati da terzi (sponsor), le modalità con cui il Comune (sponsee) si obbliga nelle varie estrinsecazioni della propria attività a pubblicizzare e divulgare la ragione sociale o il marchio del soggetto sponsorizzante.
2. Le forme di sponsorizzazione a cui il Comune ricorre, a titolo esemplificativo, sono in relazione:
  - Ad attività culturali;
  - Ad attività sportive;
  - Ad attività di promozione turistica;
  - Ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
  - Ad attività inerenti il servizio di verde pubblico e di arredo urbano;
  - Ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico
3. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) il diritto dello sponsor all'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. 6**

##### ***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 utilizzati per le seguenti finalità:

- a) Nella misura del 30% 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, nonché del fondo di retribuzione di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999 secondo i seguenti criteri:
  - b) la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.
3. L'assegnazione della quota di risorse a favore dei Responsabili di Servizio e del Personale Dipendente sarà stabilita, di volta in volta dalla Giunta Comunale contestualmente alla Delibera di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione .
  4. La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata rispettivamente per il Personale Dipendente e i Responsabili di Servizio.

### *Art. 7*

#### ***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 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 dall'art. 13 della Legge 31.12.1996, n. 665 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Cellino San Marco in persona del suo Sindaco che nomina 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. 9***

### ***Aspetti fiscali***

1. Il valore della fatturazione per la sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma eventualmente 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. 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 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. 11***

### ***Riserva organizzativa***

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È 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. 12***

### ***Entrata in vigore***

1. Il presente regolamento entra in vigore 15 giorni dopo la pubblicazione all'Albo Pretorio della deliberazione approvativa.
2. Per quanto non previsto dal presente Regolamento si applicano le disposizioni di legge vigenti;
3. E' abrogata ogni altra forma regolamentare non compatibile con quelle del presente Regolamento.





# COMUNE DI CELLINO SAN MARCO

## Provincia di Brindisi

Il presente Regolamento:

E' stato deliberato dal Consiglio Comunale con provvedimento n. 37 del 24/06/2010;

E' stato pubblicato all'Albo Pretorio il 01/07/2010 per rimanervi affisso fino al 15/07/2010;

Entrerà in vigore il giorno **16/07/2010**.

Cellino San Marco, li 1 luglio 2010.

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
**(Dott. Cosimo Antonio PASSIATORE)**