

Allegato alla delibera di Consiglio Comunale n. 46 del 28.10.2014

Comune di Pregnana Milanese

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

(Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale)

In vigore dal _____

Sommario

- ART. 1 - Finalità
- ART. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari
- ART. 3 - Definizioni
- ART. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor
- ART. 5 - Iniziativa spontanea di terzi
- ART. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione
- ART. 7 - Contratto di sponsorizzazione
- ART. 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni
- ART. 9 - Rifiuto della sponsorizzazione
- ART. 10 - Trattamento dei dati personali
- ART. 11 - Aspetti fiscali
- ART. 12 - Verifiche e controlli
- ART. 13 - Riserva organizzativa
- ART. 14 - Disposizioni finali

ART. 1 - Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, da parte di terzi, a favore di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Pregnana Milanese o, comunque, in relazione ai diversi servizi di competenza del Comune stesso.
2. 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 efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Il Comune di Pregnana Milanese può stipulare contratti di sponsorizzazione al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa nonché una migliore qualità dei servizi prestati in conformità ai fini istituzionali del Comune di Pregnana Milanese.

ART. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti, pubblici e 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

Ai fini del presente regolamento si intende:

- a. per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Pregnana Milanese (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a corrispondere una somma di denaro o a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il marchio o altri elementi distintivi in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b. per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi, denaro o altre utilità provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la loro ragione sociale, marchio, attività, prodotti ecc. ovvero di conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
- c. per "sponsor": il soggetto, pubblico o privato, che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- 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 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante pubblicazione di apposito avviso, approvato con determinazione del responsabile di posizione organizzativa competente, il quale provvede altresì ad approvare specifico schema del contratto di sponsorizzazione, in riferimento agli interventi, servizi, prestazioni, beni o attività oggetto del contratto.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione 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.
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 schema di contratto di sponsorizzazione;
 - b. l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - c. le modalità, i termini di presentazione dell'offerta e le eventuali garanzie richieste;
 - d. la durata della sponsorizzazione;
 - e. i criteri di valutazione nel caso siano presentate più offerte di sponsorizzazione.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a. il bene, il servizio, l'attività, ecc. che si intende sponsorizzare;
 - b. l'accettazione delle condizioni previste nello schema di contratto di sponsorizzazione;
 - c. l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a. per le persone fisiche:
 - l'inesistenza delle condizioni considerate dalla legge pregiudizievoli o limitative della capacità a contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - 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.

c. 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.

6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal responsabile dell'area interessata o suo delegato, nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso di sponsorizzazione.

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

8. 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.

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

10. 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.

11. Le sponsorizzazioni potranno essere reperite dal Comune di Pregnana Milanese anche con procedimenti semplificati mediante comunicazioni ai soggetti interessati, a seconda del tipo di progetto o iniziativa, nel rispetto del criterio della trasparenza e par condicio.

ART. 5 - Iniziativa spontanea di terzi

1. Il Comune di Pregnana Milanese può stipulare contratti di sponsorizzazione anche con soggetti che manifestino spontaneamente la volontà di assumere la veste di sponsor di progetti o iniziative comunali.

2. Nel caso di iniziativa spontanea di terzi l'Amministrazione comunale si riserva la facoltà di valutare l'utilità e la conformità della proposta agli scopi istituzionali dell'Ente, con riferimento alle sue componenti economiche, qualitative ed organizzative e di prescindere dalla procedura ordinaria descritta al precedente articolo 4 in ragione della tipologia e/o del valore della sponsorizzazione.

ART. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

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

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutti gli interventi, le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

3. Sono ammesse sponsorizzazioni plurime di una singola iniziativa.

ART. 7 - Contratto di sponsorizzazione

1. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile dell'area interessata; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nell'avviso o nello schema di contratto di sponsorizzazione.

2. 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 ed alla veicolazione della sua immagine;
- b. il valore della sponsorizzazione;
- c. l'eventuale diritto di "esclusiva";

- d. la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - e. gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
 - f. le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
 - g. l'onere delle spese contrattuali.
3. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

ART. 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.
3. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le finalità, nelle misure e con le modalità stabilite con provvedimento di Giunta comunale, nel rispetto delle disposizioni di cui al C.C.N.L. dei dipendenti degli Enti Locali.

ART. 9 - Rifiuto della sponsorizzazione

1. Il Comune di Pregnana Milanese, 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. 10 - 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 D.Lgs. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Pregnana Milanese in persona del suo Sindaco pro tempore, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopra 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. 11 - 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") rilasciata dal Comune di Pregnana Milanese è pari all'importo specificato al comma 1.

ART. 12 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del responsabile dell'area interessata o suo delegato, 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 l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 13 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente all'amministrazione comunale, anche avvalendosi di incaricati esterni, secondo la disciplina del presente regolamento.

2. È tuttavia facoltà del Comune di Pregnana Milanese, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

ART. 14 – Disposizioni finali

1. 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.

2. Il presente regolamento entra in vigore il primo giorno del mese successivo alla intervenuta esecutività della deliberazione consiliare di approvazione dello stesso.

3. Dell'entrata in vigore è data notizia mediante affissione, per quindici giorni, di apposito avviso all'Albo online.