



Comune di Carpineto Romano

Provincia di Roma

C.A.P. 00032 - P.LE DELLA VITTORIA, 1 - TEL. (06) 9718001- FAX: 97180035
C/C. POSTALE 51007003 - C.F. 00986220580 - P. I.V.A. 00949401004

Indirizzo web www.carpinetoromano.it
e-mail :info@carpinetoromano.it

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' E LA GESTIONE DI SPONSORIZZAZIONI E/O ACCORDI DI COLLABORAZIONE

Art. 1 (finalità)

1. Il presente regolamento intende disciplinare, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/97, nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali, approvato con D.Lgs 267 del 18.8.2000, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, ricreativi, accordi di collaborazione e altro, promossi dall'amministrazione comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservazione dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della pubblica amministrazione. Le iniziative di sponsorizzazione nonché gli accordi di collaborazione tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di economie di bilancio, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali. L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi dell'Amministrazione Comunale.

Art.2 (condizioni)

Il ricorso al contratto di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) al perseguimento di interessi pubblici;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa.

Art.3 (contenuti della sponsorizzazione 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. 4 (Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor e/o accordi di collaborazione)

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura a evidenza pubblica preceduta 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 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/o accordo di collaborazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione .
- 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 , oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione.
5. 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.
6. Le offerte di sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione sono valutate dal responsabile del settore dell'amministrazione competente, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.
7. Il contratto di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione è sottoscritto dallo sponsor e dal responsabile del settore dell'amministrazione competente. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello " spazio pubblicitario " espressamente indicato nel progetto.

Art. 5 (esclusioni)

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'amministrazione comunale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Art. 6 (Individuazione delle iniziative)

1. Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione vengono prioritariamente individuate con il PEG. In alternativa , nel corso dell'anno, la giunta può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione e/o accordi di collaborazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente.
3. Nell'ambito del PEG o della delibera di Giunta saranno anche individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

Art. 7 (Contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione)

1. Il ricorso, da parte dell'amministrazione, a forme di sponsorizzazione o ad accordi di collaborazione, in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi ed altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'ente, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultano stabiliti:
 - a. l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione;
 - b. il diritto dello sponsor alla utilizzazione “ esclusiva “ ovvero “ non esclusiva” dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione ;
 - c. le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefits, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità
 - d. l'individuazione del pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor;
 - e. la durata del contratto di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione ;
 - f. gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
 - g. la specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'amministrazione;
 - h. il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - i. le modalità procedurali, le garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa) e le responsabilità;
 - j. le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.
 - k. L'inesistenza delle condizioni a contrarre con la pubblica amministrazione di cui agli articoli 120 e seguenti della legge 689/81, ed ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
2. Il contratto deve prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione.

Art. 8 (Diritto di rifiuto)

1. L'Amministrazione, 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. 9 (Versamento dei proventi da sponsorizzazioni)

1. Salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura del 80 %, al momento della sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria dell'ente utilizzando gli strumenti di pagamento del sistema bancario o postale, e nella misura del restante 20 %, a conclusione dell'evento.

Art. 10 (Aspetti fiscali)

1. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'Iva secondo le previsioni dell'art. 11 del DPR 26 ottobre 1972, n. 633.

Art. 11 (utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione).

Le somme previste nei capitoli interessati alle sponsorizzazioni e/o accordi di collaborazione, che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerati risparmi di spesa. Tali risparmi di spesa possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- 1- Fino ad un massimo del 15%, per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività (art. 4 del CCNL 5.10.2001);
- 2- Fino ad un massimo del 5% per l'implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato afferenti ai Responsabili dei servizi;
- 3- nella misura del 70% per il finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
- 4- la restante quota del 10% costituisce economia di bilancio.

Art. 12 (Verifiche e controlli)

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Servizio dell'amministrazione 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 (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 ai sensi del Dlgs 196/2003.

Art. 13 (Riserva organizzativa)

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'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. 14 (controversie)

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente foro di Velletri

Art. 15 (Norme di rinvio)

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.