

COMUNE DI JESOLO

Provincia di Venezia

REGOLAMENTO

SULLA DISCIPLINA E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con delibera di Consiglio Comunale n. 24 dal 28 febbraio 2007

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

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 (e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza).

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, costituite con atto notarile, per acquisire dei corrispettivi in denaro o per acquisire a titolo gratuito beni e/o servizi. Il risultato delle sponsorizzazioni si concretizza di norma nella realizzazione di una economia di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa inserita nei programmi ordinari a carico del bilancio dell'ente.

2. Si concretizza altresì la fattispecie della sponsorizzazione, anche qualora venga finanziata la realizzazione di iniziative innovative non inserite nei programmi di spesa ordinari a carico del bilancio dell'ente, purché l'intervento si qualifichi ai sensi dell'art. 119 del TUEL DLgs 18/08/2000 n. 267.

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 nelle forme previste dalla legge e ritenute opportune dall'amm.ne comunale.

b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, o realizzazione di opere di interesse pubblico 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 informatico delle informazioni, meglio definito come banner, di volta in volta messe a disposizione del Comune di Jesolo per la pubblicità dello sponsor. La Giunta Comunale approva le tariffe per i banner pubblicitari, la modulistica per la richiesta degli stessi, lo schema di contratto – tipo ed ogni altro documento di attuazione della presente disposizione".

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La sponsorizzazione può avere origine da iniziative dell'amministrazione comunale o dall'iniziativa di soggetti privati. Al progetto di sponsorizzazione qualora abbia un valore superiore a Euro 20.000 al netto dell'IVA, valutato con riferimento alle componenti economiche ed organizzative proposte, deve essere

assicurata idonea pubblicità nei termini di cui al punto 2.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, con l'inserimento nel sito internet del Comune, con l'invio alle associazioni di categoria 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 progetto di sponsorizzazione.

b) l'esatta determinazione dell'offerta;

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 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);

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 competente.

8. Ove pervengono più offerte è approvata con determinazione dirigenziale, apposita graduatoria. La graduatoria è formata in ragione della maggiore utilità economica per il comune.

9. Nel caso in cui non pervenga alcuna offerta, l'amministrazione comunale è autorizzata, senza alcuna formalità, ad attivare direttamente dei contatti con potenziali soggetti interessati al medesimo progetto di sponsorizzazione.

10. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente dell'Ufficio competente.

Art. 5 – Sponsorizzazione di opere pubbliche

La sponsorizzazione di opere pubbliche è soggetta al disposto di cui all'art. 2 comma 2 punto 6 della Legge 11/02/1994 n° 109 così come modificata dalla Legge 01/08/2002 n° 166.

Art. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per la 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.

Art. 7 - 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. 8 - Utilizzo delle somme derivanti dalle sponsorizzazioni

1. Le somme introitate a seguito di sponsorizzazioni, detratte le imposte, tasse e i canoni eventualmente dovuti, saranno utilizzate per le seguenti finalità:

a) 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; nella misura a seguire sull'importo complessivo annuo:

- Da Euro 0 a Euro 50.000 15%
- Da Euro 50.001 a Euro 100.000 10%
- Da Euro 100.001 5%

b) nella misura restante, sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali o costituiscono economie di bilancio.

c) Qualora la sponsorizzazione avvenga con la cessione di beni, prestazione servizi o la realizzazione di opere di interesse pubblico, l'incentivo si applica sul valore dei beni, servizi o opere sulla base di una perizia di stima redatta dall'ufficio competente.

d) Qualora la sponsorizzazione costituisca elemento accessorio di aggiudicazione di un pubblico appalto la stessa non produce alcun incentivo.

Art. 9 – Modalità di ripartizione dei benefici

La quota destinata ad implementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività viene ripartita in parti uguali tra tutti i dipendenti dell'unità organizzativa che si sono attivati per il conseguimento delle sponsorizzazioni. Qualora la sponsorizzazione venga conseguita con la diretta partecipazione del dirigente, lo stesso matura il diritto alla ripartizione della quota di risparmio di competenza che andrà a implementare il fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23/12/1999;

Qualora la partecipazione dei dipendenti dell'unità organizzativa all'attività di conseguimento della sponsorizzazione, non sia avvenuta in modo omogeneo o proporzionale, il dirigente, qualora non partecipi, determina l'esatta ripartizione del beneficio economico in relazione alle effettive prestazioni effettuate, diversamente la ripartizione viene decisa dal direttore generale. L'erogazione dei compensi alle unità aventi titolo deve avvenire entro 30 giorni dall'accertamento delle entrate derivanti da sponsorizzazioni e previa relazione nella quale si dimostri concrete attività svolte dal personale dell'ufficio per il conseguimento della sponsorizzazione.

Art. 10 - 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. 11 - 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 Jesolo 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. 12 - 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. 13 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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 di specifiche sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.