



Allegato nr. 1) alla delibera di Consiglio Comunale nr. 25 del
21.04.2010

COMUNE DI CAMPONOGARA
Provincia di Venezia

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

<u>IL CONSIGLIO COMUNALE</u>	2
<u>DELIBERA</u>	3
<u>Art. 1 – Finalità</u>	5
<u>Art. 2 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari</u>	5
<u>Art. 3 - Definizioni</u>	5
<u>Art. 7 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor</u>	7
<u>Art. 11 – Trattamento dei dati personali</u>	8
<u>Art. 1 – Finalità</u>	12
<u>Art. 2 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari</u>	12
<u>Art. 3 - Definizioni</u>	13
<u>Art. 7 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor</u>	14
<u>Art. 11 – Trattamento dei dati personali</u>	15
<u>Art. 1 – Finalità</u>	18
<u>Art. 2 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari</u>	18
<u>Art. 3 - Definizioni</u>	19
<u>Art. 7 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor</u>	20
<u>Art. 11 – Trattamento dei dati personali</u>	21
Art. 12 – Aspetti fiscali	
Art. 13 – Verifiche e controlli	
Art. 14 – Riserva organizzativa	

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 vigente.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e 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 terzi per realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.
2. Sono escluse dal presente regolamento le erogazioni a puro titolo di liberalità.

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 e la propria "immagine", in appositi e predefiniti spazi pubblicitari secondo le modalità ed i tempi pattuiti;
 - 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 e la propria "immagine";
 - c) per "sponsor": ai sensi dell'art. 119 del T.U. approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d) per "sponsee": il soggetto, che assume dietro corrispettivo (nelle forme meglio specificate di seguito), l'obbligo di associare alle proprie attività il nome o il segno distintivo dello sponsor; nel caso, il Comune di Camponogara;
 - e) 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;
 - f) per "veicolo pubblicitario": l'opera o la prestazione attraverso l'esecuzione della quale lo "sponsor" produce il beneficio conseguente alla sponsorizzazione; esso non necessariamente include la individuazione di uno "spazio pubblicitario".

Art. 4 - Altra forma della sponsorizzazione: gli accordi di collaborazione

Gli accordi di collaborazione potranno determinare, indipendentemente dall'importo della sponsorizzazione o collaborazione, a fronte di investimenti privati di peculiare rilevanza a vantaggio del Comune di Camponogara, oltre che il ritorno pubblicitario rimarcato all' art. 5, anche la possibilità economica per lo "sponsor" di ricavare direttamente una redditività specifica dalla collaborazione con il Comune, da concretizzarsi nella fornitura di servizi e di beni caratterizzati dalla componente programmatica preminente del bene o del servizio fornito ab origine dal comune. È l'esempio della gestione di strutture pubbliche quali attrezzature sportive, spazi espositivi, parcheggi, ecc., per l'utilizzo dei quali è comunemente previsto il pagamento di una tariffa (abbonamento, ticket, ecc.) a fronte di una retrocessione monetaria o altro beneficio da parte del Comune di Camponogara.

Art. 5 - Contenuto del contratto di sponsorizzazione e diritti di tutela dell'immagine dell'Amministrazione

Il contratto di sponsorizzazione determina, a fronte di un corrispettivo, costituito da una somma di denaro, ovvero da forniture di beni e/o servizi prestati dallo sponsor a vantaggio del Comune di Camponogara, le modalità con cui questo Ente si obbliga a divulgare il nome o il marchio del soggetto sponsorizzante nelle varie estrinsecazioni della propria attività, promuovendone l'immagine.

All'atto della presentazione della proposta presso il protocollo, il Comune di Camponogara acquisisce oltretutto l'obbligo, anche il diritto alla divulgazione dell'iniziativa e il diritto alla tutela dell'immagine dell'Amministrazione, condizionata dall'effettiva e conclusiva realizzazione dell'iniziativa di sponsorizzazione; a tal fine è fatto obbligo allo "sponsor" di stipulare una polizza fidejussoria che compensi la mancata realizzazione dell'iniziativa di sponsorizzazione e l'indebito godimento dell'attività pubblicitaria svolta dallo "sponsee".

Art.6 - Regola generale per l'utilizzo del nome e del marchio dello sponsor e del simbolo dello sponsee, nonché per la definizione della forma contrattuale

I contratti di sponsorizzazione stipulati dal Comune di Camponogara devono includere obbligatoriamente le clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi (dello sponsor e dello sponsee) con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Le modalità di associazione del nome e del marchio o simbolo del soggetto "sponsorizzante o sponsee" ovvero di quello "collaborante o sponsor" devono presentare caratteri consoni e compatibili alla natura istituzionale ed alla immagine di pubblica autorità neutrale proprie del Comune di Camponogara.

L'utilizzazione sia dello strumento della sponsorizzazione che di quello degli accordi di collaborazione, avviene sempre attraverso la stipula di apposito contratto da redigersi in forma scritta.

L'Amministrazione comunale può definire di volta in volta, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi qualificando, con appositi atti, lo stemma ufficiale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Art. 7 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

- 1) La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto del regolamento dei contratti dell'ente e preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso. Qualora l'esperimento della gara vada deserto, l'amministrazione può procedere alla scelta del contraente tramite trattativa privata.
- 2) All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito Internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per la maggiore conoscenza e partecipazione.
- 3) L'avviso deve contenere, in particolare, seguenti dati:
 - a) L'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor;
 - 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) Il valore della sponsorizzazione.
- 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 sponsorizzazione sono valutate dall'ufficio competente, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
- 7) Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente dell'Ufficio competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nell'avviso di sponsorizzazione.
- 8) Nel caso di contratti di valore inferiore o pari a € 5.000,00 o per soggetti specifici concernenti i settori cultura, istruzione, sport e turismo, lo sponsor può essere ricercato direttamente in deroga alla procedura di avviso.

Art. 8 - Ambito di applicazione del contratto di sponsorizzazione

Il Comune di Camponogara può prevedere di forme di "sponsorizzazione" nei seguenti ambiti:

- a) ad attività culturali di differente tipologia;
- b) ad attività sportive;

- c) c) ad attività di promozione turistica;
- d) ad attività di valorizzazione del patrimonio comunale;
- e) ad attività di restauro e di recupero conservativo di beni artistici, culturali ed ambientali;
- f) ad esecuzione di scavi archeologici;
- g) ad attività di miglioramento dell'assetto urbano;
- h) ad attività inerenti il servizio di Verde Pubblico e di Arredo Urbano;
- i) ad attività inerenti la Protezione Civile ed i Lavori Pubblici;
- j) ad ogni altra attività di rilevante interesse pubblico (residualmente).

Art. 9 – 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. 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 opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
 - a) propaganda di natura politica, sindacale filosofica e 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 ai sensi degli artt. 7, 8 e 9 del D.Lgs. 196/2003.
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Camponogara i 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.

Art. 12 – Aspetti fiscali

1. La prestazione di promozione dell'immagine dello sponsor genera l'emissione di fattura.
2. Nel caso in cui sia prevista da parte dello sponsor una contro prestazione, il relativo importo dovrà essere commisurato al valore della prestazione di cui al comma 1 e sarà oggetto di emissione di fattura.

Art. 13 – 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 l'eventuale diffida producono gli effetti previsti dal contratto di sponsorizzazione.

Art. 14 – 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.

