

Comune di VILLAFRANCA D'ASTI

**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

*approvato con deliberazione
del Consiglio Comunale
n. 10 del 13/03/2006*

ART. 1 OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in funzione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione comunale.
2. Il presente regolamento, con riferimento alle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/97 e dell'art. 119 del D.Lgs. n. 267/2000, 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. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione, a realizzare economie, a garantire 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 (sponsee) offre, nell'ambito di proprie iniziative, ad un terzo (sponsor) - che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo o a fornire, a titolo gratuito, una predeterminata prestazione o a pagarne il valore - la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b. per "*sponsorizzazione*": ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi allo scopo di promuovere il loro nome, marchio, attività, prodotti, ecc., ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c. per "*sponsor*": ai sensi nell'art. 43 della legge 449/97, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
 - d. per "*spazio pubblicitario*": lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

ART. 3 SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata a mezzo di trattativa privata preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso anzidetto è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggior conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.
3. L'avviso, di cui ai precedenti commi, contiene in particolare i seguenti dati:
 - a. l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario, o, più in generale l'oggetto della sponsorizzazione, come risultante da specifico progetto;
 - b. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - c. le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a. il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende sponsorizzare, ovvero la somma corrispondente;
 - b. l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

(per i soggetti privati)

- a. l'inesistenza della condizione di incapacità 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;
- b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- c. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
- d. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
- e. per le persone giuridiche, oltre alle autocertificazioni anzidette riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, dovrà essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;

(per i soggetti pubblici)

- a. il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - b. la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
6. L'offerta dovrà, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
7. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria dell'ufficio, è approvata con atto deliberativo della giunta nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione e tenuto conto di quanto previsto dal successivo art. 6 del presente regolamento.
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 ragione del maggior vantaggio per il Comune.
10. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascun sponsor cominciando dal primo della graduatoria. In caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

ART. 4 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE PER LE QUALI E' AMMESSA LA PUBBLICITA'

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai responsabili di settore. In alternativa, nel corso dell'anno la Giunta potrà formulare indirizzi specifici al responsabile di settore per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività dell'amministrazione, non esclusi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune o suo concessionario od affidatario.

ART. 5
CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

3. La gestione delle sponsorizzazioni sarà regolata da apposito contratto nel quale verranno stabiliti in particolare:
 - a. il diritto per lo sponsor alla pubblicità "non esclusiva" nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c. la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d. il corrispettivo per la sponsorizzazione.
4. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato prima della firma del contratto. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento.

ART. 6
UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della Giunta comunale, su proposta del responsabile di settore interessato alla realizzazione del progetto stesso.

ART. 7
DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a. ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra 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 sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici (ad eccezione dei vini tipici dell'astigiano), materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c. messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Il responsabile del settore, prima della stipula del contratto, è tenuto ad esaminare il contenuto dei messaggi pubblicitari al fine di evitare il verificarsi dei casi di cui sopra. Ove detti casi si verificassero comunque, il contratto eventualmente stipulato è risolto di diritto, fatto salvo il risarcimento dei danni, anche d'immagine, per l'Amministrazione Comunale.

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 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento è il comune di Villafranca d'Asti in persona del suo Sindaco pro-tempore che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge sopracitata.
4. I dati saranno trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti all'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 lo sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma versata dallo sponsor o al valore in denaro del servizio, fornitura o intervento prestati gratuitamente.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo di cui al precedente comma.

ART. 10
RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune 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. 11
VERIFICHE E CONTROLLI

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del settore comunale competente, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, qualitativi, quantitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente comunicate alle sponsor; la comunicazione e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 12
ENTRATA IN VIGORE

1. Il regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla sua pubblicazione, che sarà contestuale alla pubblicazione della deliberazione che lo approva.

SOMMARIO

ART. 1 OGGETTO E FINALITA'	2
ART. 2 DEFINIZIONI	2
ART. 3 SCELTA DELLO SPONSOR	2
ART. 4 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE PER LE QUALI E' AMMESSA LA PUBBLICITA'3	
ART. 5 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE.....	4
ART. 6 UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI.....	4
ART. 7 DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI	4
ART. 8 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI.....	5
ART. 9 ASPETTI FISCALI	5
ART. 10 RISERVA ORGANIZZATIVA	5
ART. 11 VERIFICHE E CONTROLLI.....	5
ART. 12 ENTRATA IN VIGORE.....	5

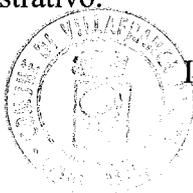
Letto, approvato e sottoscritto:
in originale firmati

IL PRESIDENTE
F.to Avv. Massimo PADOVANI

IL SEGRETARIO COMUNALE
F.to dr. Anna SACCO BOTTO

Copia conforme all'originale per uso amministrativo.

Villafranca d'Asti, li 24 MAR. 2006



IL SEGRETARIO COMUNALE

REFERTO DI PUBBLICAZIONE

Certifico io sottoscritto Segretario Comunale su conforme dichiarazione del Messo, che copia del presente verbale ai sensi dell'art. 124 del D. Lgs. 267/00 viene pubblicata all'Albo Pretorio ove rimarrà esposta per 15 giorni consecutivi, a decorrere dal 24 MAR. 2006

Villafranca d'Asti, li 24 MAR. 2006



IL SEGRETARIO COMUNALE
Dr. Anna SACCO BOTTO

CERTIFICATO DI ESECUTIVITA'

La presente deliberazione è divenuta esecutiva in data _____ per la decorrenza dei termini di cui all'art. 134 D. Lgs. 267/00 ;

Villafranca d'Asti, li

IL SEGRETARIO COMUNALE
