



**COMUNE di CAVAGNOLO**

Città Metropolitana di Torino

Via C. Colombo, 168 - CAP 10020 - CF 82500670011 - P.Iva 01864760010 - Fax 011/9151565  
Tel 011/9151157 011/9151565 - info@comune.cavagnolo.to.it - cavagnolo@cert.ruparpiemonte.it

# **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI DEL COMUNE DI CAVAGNOLO**

Approvato con deliberazione Consiliare n 25 del 17/4/2019

**SOMMARIO**

**Art. 1 - Finalità**

**Art. 2- Definizioni**

**Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

**Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

**Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione**

**Art. 6 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

**Art. 7 - Limiti alle sponsorizzazioni**

**Art. 8 - Trattamento dei dati personali**

**Art. 9 - Aspetti fiscali**

**Art. 10 - Verifiche e controlli**

**Art. 11 - Riserva organizzativa**

### **Art, 1- Finalità**

Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000.

Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a:

- migliorare l'immagine dell'ente
- procurare le risorse per favorire l'innovazione e migliorare la qualità dei servizi
- creare un virtuoso sistema di relazioni con il mondo dell'impresa e il settore delle organizzazioni senza fini di lucro

### **Art. 2 — Definizioni**

Ai fini del presente regolamento si intende:

a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a effettuare una corrispettiva prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione o denominazione sociale, il logo, il marchio, i prodotti o comunque gli oggetti della propria attività in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;

b) per "sponsorizzazione": ogni prestazione in beni, servizi, danaro, altri tipi di utilità provenienti da terzi, corrisposti allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;

c) per "sponsor": il soggetto terzo che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Cavagnolo

d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o virtuale, supporto delle informazioni da veicolarsi, messo a disposizione dal Comune allo sponsor.

### **Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto delle norme vigenti e dei principi di imparzialità e pari condizioni, proporzionalità e adeguatezza, economicità e concorrenza ed è preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso. Qualora l'esperimento della gara vada deserto, l'amministrazione può procedere alla scelta del contraente tramite procedura negoziata, fatto salvo quanto previsto al successivo comma 8.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, eventuale invio alle associazioni di categoria e altre forme, di volta in volta ritenute convenienti per maggiore diffusione e partecipazione.

3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor
- l'esatta determinazione dell'offerta per l'uso dello spazio pubblicitario posta a base della gara

- le modalità e i termini di presentazione dell'offerta

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di norma, deve indicare:

- il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare
- il valore della sponsorizzazione
- l'accettazione delle condizioni previste dall'eventuale capitolato o progetto di sponsorizzazione posto in gara

5. L'offerta deve essere accompagnata dalla documentazione e le dichiarazioni sostitutive richieste e deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Settore/Servizio competente che conduce l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.

7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore/Servizio competente; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello specifico "spazio pubblicitario" concesso.

8. Si può omettere la procedura aperta secondo i principi suddetti, se le sponsorizzazioni presentano i seguenti requisiti:

- ha durata inferiore a tre anni
- 
- l'offerta complessivamente non supera i €. 5.000,00 in denaro o valore corrispondente e il competente responsabile del servizio dà motivato conto di non ritenere che, dalla procedura aperta, possano sortire offerte migliorative.

#### **Art. 4 - Individuazione delle iniziative di Sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati ai Responsabili di Settore/Servizio. Nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può altresì formulare indirizzi specifici ai Responsabili di Settore/Servizio per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare, a titolo esemplificativo e non esaustivo, i seguenti ambiti:

- cultura, sport, istruzione e promozione turistica
- valorizzazione del demanio e del patrimonio comunale attraverso nuove costruzioni, incremento ed integrazione delle dotazioni esistenti, restauro, recupero conservativo e funzionale (immobili, beni artistici, culturali ed ambientali, arredo, verde pubblico, viabilità e assetto urbano, ecc)
- protezione civile

### **Art. 5 - Contratto di Sponsorizzazione**

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- Il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- la durata del contratto di sponsorizzazione;
- gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

### **Art. 6 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le somme, introitate per effetto delle sponsorizzazioni, che risultano non utilizzate, sono considerate risparmi di spesa.

2. I risparmi di cui al comma precedente, sono utilizzati, previa deliberazione della Giunta Comunale:

- Parte per incrementare il fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'01/04/1999 e s.m.i.
- Parte per incrementare il fondo di retribuzione di posizione e risultato delle posizioni organizzative
- Parte per il finanziamento di iniziative istituzionali

### **Art. 7 — Limiti alle sponsorizzazioni**

1. L'Amministrazione Comunale, si riserva di rifiutare, con provvedimento motivato, qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- ritenga che da essa possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine e alle proprie iniziative;

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, altri prodotti o servizi contrari a norme imperative;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia o tali da suscitare disordini;
- messaggi pubblicitari che abusino della credulità popolare

### **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 dati sono trattati, comunicati e diffusi in conformità alle norme vigenti, in materia di tutela della riservatezza dei dati personali delle persone fisiche

### **Art. 9 - Aspetti fiscali**

A fini fiscali, il valore della sponsorizzazione corrisponde all'importo della somma corrisposta o dell'utilità erogata.

### **Art. 10 - Verifiche e controlli**

1. I messaggi ed i loro supporti, fisici o virtuali, oggetto delle sponsorizzazioni sono soggetti a periodiche verifiche da parte del Settore/ Servizio Comunale competente che ha realizzato l'iniziativa o l'evento, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente contestate allo sponsor; la contestazione e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

### **Art. 11 - Riserva organizzativa**

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall' Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

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.