



Comune di Barrafranca

Barrafranca, lì 18/07/03

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Indice

- Articolo 1 "Oggetto e finalità"
- Articolo 2 "Definizioni"
- Articolo 3 "Scelta dello sponsor"
- Articolo 4 "Programmazione e gestione delle sponsorizzazioni"
- Articolo 5 "Utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni"
- Articolo 6 "Casi esclusi"
- Articolo 7 "Trattamento dei dati personali"
- Articolo 8 "Disposizioni finali"

ARTICOLO 1

OGGETTO E FINALITA'

- 1) Il presente regolamento disciplina la possibilità di sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Barrafranca.
- 2) Il presente regolamento 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.

ARTICOLO 2

DEFINIZIONI

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, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;



Comune di Barrafranca

- c) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
- 6) Nel caso l'offerta sia fatta da una persona giuridica, il legale rappresentante deve presentare l'autocertificazione indicata nel precedente comma 5 riferita a sé stesso e a tutti gli altri soggetti muniti del potere di rappresentanza.
- 7) Nel caso l'offerta sia fatta da un ente pubblico, deve essere allegata un'autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiara:
 - a) il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti;
 - b) la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
- 8) L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni. L'offerta di sponsorizzazione, previa istruttoria del competente ufficio, è approvata con atto del Responsabile del Settore competente.
- 9) Ove pervengano più offerte, con l'atto di Responsabile del settore competente anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
- 10) La graduatoria è formata in base al maggior vantaggio economico per il Comune, tenuto conto delle indicazioni previste nell'avviso di scelta dello sponsor.
- 11) Definita la graduatoria, viene effettuata assegnazione fino alla copertura totale prevista dall'avviso, cominciando dal primo soggetto della graduatoria; in caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

ARTICOLO 4

PROGRAMMAZIONE E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

- 1) Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PRG assegnati al Responsabile di ogni settore. In alternativa, nel corso dell'anno la G.M. può formulare indirizzi specifici al Responsabile per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazioni in base alla presente regolamentazione o approvare apposito progetto. In tale progetto nella voce budget parte entrata deve essere indicato l'importo che sarà oggetto delle sponsorizzazioni.
- 2) Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti le attività del Comune, compresi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente.
- 3) La gestione delle sponsorizzazioni è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti:



Comune di Barrafranca

- 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, il soggetto privato (persona fisica o giuridica associazioni senza fini di lucro regolarmente costituite) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
- d. per spazio pubblicitario, lo spazio materiale, lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni, di volta in volta messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor, o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

ARTICOLO 3

SCELTA DELLO SPONSOR

- 1) La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica con le modalità di seguito indicate.
- 2) All'avviso è data pubblicità mediante affissione all'albo pretorio e inserimento nel sito internet del Comune; inoltre, è possibile adoperare qualsiasi altra forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione.
- 3) L'avviso, redatto sulla base dei criteri stabilito di volta in volta con delibera G.M., dovrà altresì contenere:
 - a) l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario;
 - b) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile o della particolare modalità offerta dal Comune;
 - c) il periodo di durata della pubblicità;
 - d) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta;
 - e) i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte.
- 4) L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve almeno indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b) il corrispettivo della sponsorizzazione
- 5) All'offerta deve essere allegata una autocertificazione, firmata dal proponente, che dichiari:
 - a) di avere in generale la capacità di contrattare con la Pubblica Amministrazione;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dal fatto di essere sottoposto a misure cautelari antimafia;
 - b) nel caso l'offerta sia fatta da un'impresa, l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;



Comune di Barrafranca

- a) il diritto per lo sponsor ad una forma di 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 corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, pagato all'Ente entro 30 gg dall'approvazione della graduatoria e comunque 8 gg. prima della data in cui è stata fissata la sottoscrizione del relativo contratto, il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

ARTICOLO 5

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 autorizzato di volta in volta dalla G.M. previa proposta del Responsabile del Settore competente.
- 3) Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula di relativo contratto, sono considerate risparmio di spesa;
- 4) Nel caso di iniziative previste a carico del bilancio dell'Ente nei capitoli di spesa ordinaria i risparmi di spesa conseguiti a seguito delle sponsorizzazioni possono essere utilizzate per le seguenti finalità:
 - a) nella misura del 5% sono destinati all'incremento del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del C.C.N.L. dell'1/4/99, solo nel caso in cui il reperimento degli sponsor è dovuto all'attività documentata del personale del comune, negli altri casi (es. affidamento ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario) il 5% si aggiunge alla percentuale prevista per le finalità di cui al successivo punto B),
 - b) nella misura del 75% destinato al funzionamento di altre attività istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - c) la restante quota del 20% costituisce economia di bilancio.

ARTICOLO 6

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

- 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



Comune di Barrafranca

- immagine o alle proprie iniziative;
- c) sia in corso con l'offerente una controversia legale;
 - d) reputi l'offerta 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 materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) Messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ARTICOLO 7

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'articolo 13 della legge 31.12.1996, n. 675 e successive modificazioni.
- 3) Titolare del trattamento è il comune di Barrafranca in persona di un responsabile in conformità alla legge sopracitata, nominato dal Sindaco.
- 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.

ARTICOLO 8

DISPOSIZIONI FINALI

- 1) La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi indicati dal presente regolamento; è facoltà del Comune, qualora si 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.
- 2) Il presente regolamento viene approvato con riferimento alle disposizioni contenute nell'articolo 43 della Legge 27.12.1997, n. 449 (legge finanziaria per il 1998), e alle disposizioni dell'articolo 119 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267 (T.U. sull'ordinamento degli enti locali).

Il presente regolamento entra in vigore dopo la ripubblicazione così come prevista dallo Statuto Comunale.