



Comune di Copparo
Provincia di Ferrara

Regolamento

GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con delibera di C.C. n. 19 del 19-06-2003

Comune di Copparo

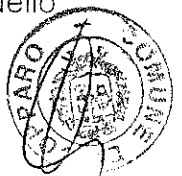
REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

**ART. 1
AMBITO DI APPLICAZIONE**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione da parte di terzi in occasione di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'amministrazione comunale.
2. Il presente regolamento, con riferimento alle disposizioni contenute nell'art. 119 del T.U. sull'ordinamento degli enti locali, approvato con D.Lgs. 18.8.2000, n. 267, 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. Tali sponsorizzazioni devono essere utilizzate unicamente in conformità ai fini istituzionali del Comune.
4. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione quei soggetti pubblici o privati che abbiano in atto controversie di natura giuridica con il Comune di Copparo.
5. Le iniziative oggetto della sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata e devono comportare risparmio di spesa per il Comune rispetto agli stanziamenti disposti.

**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, la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b. per "sponsorizzazione": ogni contributo in danaro, beni o servizi, 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 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 "spazio pubblicitario": lo spazio fisico od il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messi 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;
 - b. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile e la durata della pubblicità;
 - c. le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.
 - d. criteri di selezione
4. L'offerta di sponsorizzazione è approvata con atto del Dirigente competente previa istruttoria svolta da apposita commissione sulla base di parametri predefiniti in fase di redazione dell'avviso tenuto conto di quanto previsto dal successivo art. 6 del presente regolamento.
5. Ove pervengano più offerte, con l'atto anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
6. La graduatoria è formata in ragione della maggior utilità economica per il Comune.
7. 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.
8. E' facoltà del Dirigente, in relazione a singoli progetti, fissare motivatamente criteri particolari di selezione.

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

1. Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal dirigente responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla giunta comunale con apposito atto, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal dirigente stesso.
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.

3. La gestione delle sponsorizzazioni sarà regolata da apposito atto, preceduto da apposita preventiva accettazione delle condizioni ivi contenute, nel quale verranno stabiliti in particolare:

- oggetto della sponsorizzazione;
- completa descrizione delle modalità di attuazione della sponsorizzazione;
- il diritto per lo sponsor alla pubblicità "esclusiva" nel corso delle iniziative per le quali è prevista; (*eventuale*)
- le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
- la durata del contratto di sponsorizzazione ed eventuale rinnovabilità;
- il corrispettivo per la sponsorizzazione e le modalità di pagamento;
- le modalità procedurali e le eventuali garanzie richieste;
- responsabilità e impegni reciproci;
- possibili cause di risoluzione del contratto;
- indicazione foro competente per la risoluzione delle controversie;
- facoltà di recesso anticipato del Comune e relative modalità.

4. Non potrà farsi ricorso al contratto di sponsorizzazione:

- per servizi pubblici essenziali;
- per servizi espletati a garanzia di diritti fondamentali dei cittadini;
- per servizi inerenti rilascio di certificazioni ed atti riferiti alla persona.

5. Il pagamento dell'importo della sponsorizzazione deve essere effettuato con le modalità stabilite dal Dirigente nell'atto di affidamento. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento, fatto salvo il risarcimento di ogni maggiore danno.

6. Per importi superiori a € 2.600,00 verrà redatto apposito contratto.

ART. 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. Gli stessi devono contribuire al finanziamento del Progetto, fermo restando lo stanziamento deliberato in fase di approvazione di bilancio.

2. L'utilizzo di tali proventi è subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della giunta comunale, su proposta del dirigente interessato alla realizzazione del progetto stesso.

ART. 6 DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

1. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:



- ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse 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;
- messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 7 RESPONSABILITA'

1. Il soggetto sponsorizzante è sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale in ordine all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate, qualora non realizzate dallo stesso.

ART. 8 RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi precisati dall'art. 4 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. 9 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. 675 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento è il comune di Copparo in persona del 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.10
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 nel contratto di sponsorizzazione.

ART. 11
NORME COMUNI

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento, si fa riferimento alle norme vigenti in materia.

17.03.2003

