



Città di
TREZZO SULL'ADDA
Provincia di Milano

**REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI, DEGLI ACCORDI DI
COLLABORAZIONE, DELLE CONVENZIONI
E DELLE PRESTAZIONI CON SOGGETTI
PUBBLICI E PRIVATI DIRETTI A FORNIRE
CONSULENZE O SERVIZI AGGIUNTIVI**

(Approvato con atto C.C. n° ____ del _____)

INDICE ANALITICO

Capo I - Disposizioni generali

Art. 1 - Finalità

Capo II - Sponsorizzazioni

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

Art. 3 - Definizioni

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione a scelta dello sponsor

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

Art. 6 - Contratto di sponsorizzazione

Art. 7 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

Art. 8 - Aspetti fiscali

Art. 9 - Verifiche e controlli

Art. 10 - Riserva organizzativa

Capo III - Accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi

Art. 11 - Contenuti degli accordi, convenzioni, prestazioni e destinatari

Art. 12 - Individuazione degli accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni

Art. 13 - Formalizzazione degli accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni

Capo IV - Utilizzo dei risparmi di spesa e delle entrate aggiuntive

Art. 14 - Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni e delle entrate aggiuntive derivanti da accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi a terzi

Capo V - Disposizioni finali

Art. 15 - Trattamento dei dati personali

Art. 16 - Entrata in vigore

Capo I - Disposizioni generali

Art. 1 - Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione e collaborazione con soggetti pubblici e privati, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/97, nell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, nell'art. 15, comma 1, lett. D) del Ccnl del 01.04.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del Ccnl del 05.10.2001 e nell'art. 26, comma 1, lett. B) del Ccnl del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.

2. Le iniziative di sponsorizzazione e collaborazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Capo II - Sponsorizzazioni

Art. 2 - Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente, il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

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 in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;

b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi proveniente da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;

c) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;

d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione del comune per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione a scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

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 una maggiore conoscenza e partecipazione.

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

a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato...(o progetto di sponsorizzazione);

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 presentazione che si intende sponsorizzare;

b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato;

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

a) per le persone fisiche:

- l'inesistenza delle condizioni a contrarre 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;

- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;

- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese)

- la non appartenenza ad organizzazione di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa

b) per le persone giuridiche:

- oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

6. 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

7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Dirigente del settore/responsabile del servizio competente per materia, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal dirigente del settore/responsabile servizio competente per materia, con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del Peg assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.

Art. 6 - 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 all'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. 7 - 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 inopportunità generale

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o 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. 8 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa, la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1

Art. 9 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del servizio comunale competente per materia, al fine di accertare alla 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. 10 - Riserva organizzativa

1. La gestione della sponsorizzazione è effettuata direttamente dall'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

Capo III - Accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi

Art. 11 - Contenuti degli accordi, convenzioni, prestazioni e destinatari

1. Gli accordi di collaborazione, le convenzioni e le prestazioni possono essere concluse con soggetti pubblici, privati, per fornire consulenze, servizi aggiuntivi, interventi, servizi, prestazioni, beni o attività a titolo oneroso, consentiti dalla Legge ed inseriti nei programmi di entrata ordinari, con finanziamento a carico del bilancio del soggetto pubblico, privato e associazioni senza fini di lucro con il quale si instaura il rapporto. Il risultato di tali accordi di collaborazione, di convenzioni e di prestazioni si concretizza nella realizzazione di un'entrata di bilancio.

2. Le iniziative di cui al comma 1 devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici e devono escludere forme di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata.

Art. 12 - Individuazione degli accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni

1. Gli accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi a terzi vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del Peg assegnati al dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la giunta comunale può formulare indirizzi specifici al dirigente per l'attivazione di accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni in base alla presente regolamentazione.

2. Il ricorso ad accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni può riguardare tutte le attività tipiche dell'ente locale.

Art. 13 - Formalizzazione degli accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni

1. La gestione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto ovvero attraverso un atto dell'organo competente nel caso di nomina in ruoli di amministrazione e controllo in società pubbliche e private. Devono essere, in particolare, stabiliti:

- a) l'oggetto dell'accordo, convenzione e prestazione
- b) la durata dell'accordo, convenzione e prestazione
- c) il singolo soggetto ovvero l'unità organizzativa dell'ente che fornisce la consulenza o i servizi aggiuntivi al terzo

Capo IV - Utilizzo dei risparmi di spesa e delle entrate aggiuntive

Art. 14 - Utilizzo dei risparmi derivanti dalle sponsorizzazioni e delle entrate aggiuntive derivanti da accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi a terzi

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa

2. Le somme incassate nei capitoli interessati agli accordi di collaborazione, convenzioni e prestazioni dirette a fornire consulenze o servizi aggiuntivi a terzi, sono considerate entrate aggiuntive

3. Le somme di cui al comma 1, possono essere utilizzate per le seguenti finalità

a) nella misura del 20% sono destinate all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del Ccnl del 1° aprile 1999

b) nella misura del 20% sono destinate all'implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del Ccnl del 23 dicembre 1999

c) nella misura del 10% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio

d) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio

4. Le somme di cui al comma 2, possono essere utilizzate per le seguenti finalità

a) una quota del 50% viene così ripartita:

a1) nel caso la consulenza o i servizi aggiuntivi al terzo sono forniti da una o più unità organizzativa dell'ente:

- nella misura del 30% sono destinate all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del Ccnl del 1° aprile 1999, con destinazione ai dipendenti assegnati allo specifico progetto avente ad oggetto la consulenza o i servizi aggiuntivi stessi;
- nella misura del 20% sono destinate all'implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del Ccnl del 23 dicembre 1999;

a2) nel caso la consulenza o i servizi aggiuntivi al terzo sono forniti da un singolo soggetto dipendente dell'ente:

- nella misura del 50% sono destinate all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del Ccnl del 1° aprile 1999, se il dipendente coinvolto appartiene alle categorie contrattuali previste dal comparto;
- nella misura del 50% sono destinate all'implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del Ccnl del 23 dicembre 1999 se il dipendente coinvolto appartiene alla categoria dirigenziale con specifica destinazione all'incremento della retribuzione di posizione del soggetto coinvolto;

b) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio

Capo V - Disposizioni finali

Art. 15 - 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 dicembre 1996, n. 665 e successive modificazioni

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Trezzo sull'Adda in 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 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. 16 - Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla sua pubblicazione all'Albo Pretorio, pubblicazione che segue alla avvenuta esecutività ai sensi di legge della deliberazione di adozione.