



REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI
DELL' UNIONE DI COMUNI
TERRE DI FRONTIERA

SOMMARIO

Art. 1 – Finalità	3
Art. 2 – Definizioni	3
Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor.....	3
Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione.....	4
Art. 5 - Contratto di sponsorizzazione	4
Art. 6 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni	4
Art. 7 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni.....	5
Art. 8 - Trattamento dei dati personali	5
Art. 9 - Aspetti fiscali.....	5
Art. 10 - Verifiche e controlli.....	6
Art. 11 - Riserva organizzativa	6
Art. 12 – Entrata in vigore	6

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie.

Art. 2 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "***contratto di sponsorizzazione***": un contratto a titolo oneroso mediante il quale l'Unione di Comuni Terre di Frontiera (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
 - b) per "***sponsorizzazione***": ogni contributo in beni, servizi, danaro o altri tipi di prestazioni e interventi provenienti da terzi, allo scopo di promuovere la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine;
 - c) per "***sponsor***": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Unione di Comuni Terre di Frontiera;
 - d) per "***spazio pubblicitario***": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Unione di Comuni Terre di Frontiera per la pubblicità dello sponsor.

Art. 3 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata previa pubblicazione di apposito avviso.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet dell'Unione, e/o invio alle associazioni di categoria e 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 capitolo (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 nella quale lo sponsor deve indicare:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolo.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
 - a) per le persone fisiche:
 - l'inesistenza degli impedimenti 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;

- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - la non rappresentanza di organizzazioni 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 dall' Area che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
 8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile dell'Area che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi assegnati al Responsabile d'Area. Nel corso dell'anno, la Giunta dell'Unione può formulare indirizzi specifici al Responsabile d'Area 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.
3. La tipologia di messaggio e le modalità di comunicazione della pubblicità connesse alle sponsorizzazioni devono essere valutati con la massima cautela, sia per i riflessi sull'immagine dell'Unione, sia per i soggetti a cui sono rivolti, preservando le fasce più deboli dell'utenza ed in particolare minori, anziani e disabili.

Art. 5 - 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. 6 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- a) implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 secondo i seguenti criteri:
 - per sponsorizzazioni di importo inferiore o uguale a € 2.600,00 nella misura del 20%;
 - per sponsorizzazioni di importo compreso fra € 2.600,00 e € 5.200,00 nella misura del 15%;
 - per sponsorizzazioni di importo maggiore a € 5.200,00 nella misura del 10%;
 - b) la restante parte è destinata al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.
3. L'assegnazione della quota di risorse a favore del Responsabile d'Area e del Personale Dipendente sarà stabilita, di volta in volta dalla Giunta dell'Unione contestualmente alla Delibera di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione .
 4. La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri fissati dalla contrattazione decentrata.

Art. 7 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. La Giunta dell'Unione di Comuni, 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, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

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 dal Decreto Legislativo 196/2003.
3. Titolare del trattamento dei dati è l'Unione di Comuni Terre di Frontiera in persona del suo Presidente che nomina uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli incaricati degli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.

Art. 9 - Aspetti fiscali

1. Il valore massimo della fatturazione per la sponsorizzazione di manifestazioni o eventi corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa. La

fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento a bilancio o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione della spesa.

2. L'importo della fatturazione della sponsorizzazione è rapportato all'entità dello spazio pubblicitario occupato dallo sponsor

Art. 10 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Segretario o Direttore Generale 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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 11 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Unione di Comuni Terre di Frontiera secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È tuttavia facoltà dell'Unione, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare con convenzione annuale l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Art. 12 – Entrata in vigore

1. Il presente regolamento entra in vigore 15 giorni dopo la pubblicazione all'Albo Pretorio del Comune di Uggiate-Trevano, sede dell'Unione di Comuni, della Deliberazione del Consiglio dell'Unione d'approvazione dello stesso.