



**COMUNE DI BOSCONERO**

PROVINCIA DI TORINO

---

**REGOLAMENTO**

**PER**

**LA DISCIPLINA E LA GESTIONE  
DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Adottato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 19 del 11.05.2005

## **Art. 1 - Finalità**

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

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

## **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 inseribili nei programmi di spesa 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 spesa preventivabile, 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 o a fornire le risorse finanziarie necessarie alla sua acquisizione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o risorse finanziarie provenienti da terzi 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 dal Comune per la pubblicità dello sponsor.

## **Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata secondo la disciplina contenuta nei regolamenti comunali vigenti.

2. All'eventuale avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio 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;
- 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 prestazione che si intende sponsorizzare;  
b) l'accettazione delle condizioni previste.

5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:  
a) per le persone fisiche:  
· l'inesistenza delle condizioni 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 appartenenza ad 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, nell'ipotesi di una loro concorrenzialità, sono valutate nel rispetto dei criteri definiti nel relativo progetto di sponsorizzazione.

8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente dell'Ufficio . . . ; 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 assegnati ai responsabili dei servizi comunali. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici al responsabile del servizio 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 alla 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 - 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. 7 del D.Lgs. 30 giugno 2003, n.196 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Bosconero 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 alla 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.9 - Aspetti fiscali**

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata o prevedibile 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.10 - Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla 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.