

COMUNE DI CASTEL BOLOGNESE
PROVINCIA DI RAVENNA



AREA AMMINISTRATIVA E FINANZIARIA

**REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA
GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n.10 del 25/03/2014

Articolo 1 (Finalità)

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della L. 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15 c. 1 lett. d) del CCNL dell'01.04.1999, come sostituito dall'art. 4 c. 4, del CCNL del 05.10.2001.

2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione e a realizzare maggiori economie, in termini anche di risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti disposti, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali. Devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici, escludendo forme di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

Articolo 2 (Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari)

1. Le sponsorizzazioni possono essere concluse con soggetti pubblici e privati, 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, con il conseguente risparmio di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

2. Sponsorizzabile è qualsiasi attività pianificata, semplice o complessa, che consenta una relazione qualificata con il pubblico, assicurando quantità e qualità del contatto e valori positivi di immagine cui lo sponsor possa essere associato.

Articolo 3 (Procedura di sponsorizzazione)

1. La procedura di sponsorizzazione applica i principi di parità di trattamento, di non discriminazione e trasparenza, in conformità al vigente Regolamento Comunale per l'esecuzione in economia di lavori e fornitura di beni e servizi, per quanto riguarda la scelta del soggetto pubblico o privato, in qualità di sponsor.

2. Per importi inferiori a 5.000 €, la sponsorizzazione può avere origine anche per iniziativa spontanea da parte dello sponsor, riconosciuta e valutata utile e confacente all'interesse pubblico perseguito dall'Ente.

Articolo 4 (Gestione della sponsorizzazione)

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata, in conformità al vigente Regolamento Comunale per l'esecuzione in economia di lavori e fornitura di beni e servizi, mediante sottoscrizione di un apposito contratto per importi superiori a 40.000 €, nel quale sono stabiliti, oltre gli elementi essenziali ed identificativi dell'accordo stesso, il diritto dello sponsor all'utilizzazione dello spazio pubblicitario ed i relativi obblighi. Per importi inferiori a 40.000 €, la sponsorizzazione può essere gestita con scambio di lettere e comunicazioni fra le parti, contenenti gli elementi essenziali ed identificativi dell'accordo stesso.

Articolo 5 (Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione)

1. Le iniziative di sponsorizzazione da parte dell'Amministrazione possono essere individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG oppure tramite appositi indirizzi da parte della Giunta Comunale nel corso dell'anno.

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.

Articolo 6 (Utilizzo delle risorse derivanti dalle sponsorizzazioni)

1. Le risorse, derivanti dalle sponsorizzazioni, finalizzate alla relativa iniziativa o alle attività dell'Ente e comportanti la realizzazione di maggiori economie, con il conseguimento dei corrispondenti risparmi,

possono essere utilizzate, nella misura del 50% di tali risparmi, per l'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.04.1999;

Articolo 7 (Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni)

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

- ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le 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 le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia;
- giochi soggetti a concessione ministeriale.

Articolo 8 (Trattamento dei dati personali)

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste e nel rispetto del D.Lgs. n. 196/2003 e ss.mm.ii

2. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Articolo 9 (Norme Comuni)

1. Per ogni aspetto giuridico, contabile e fiscale afferente la materia, che non trovi esplicita disciplina nel presente regolamento, si rinvia alla normativa nazionale e di settore.