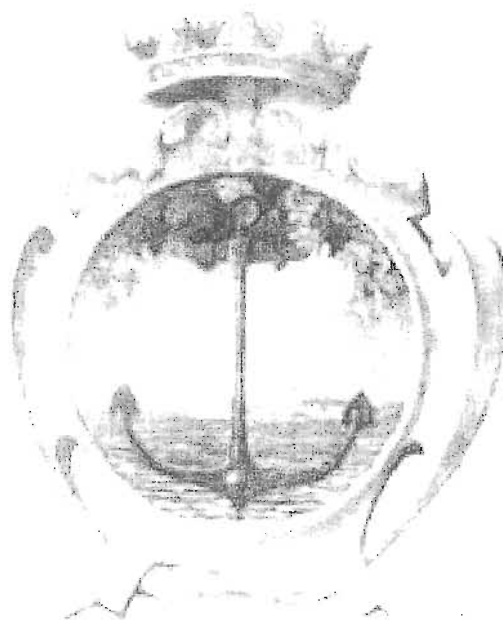


COMUNE DI MONTE DI PROCIDA



REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

APPROVATO CON DELIBERAZIONE DI CONSIGLIO COMUNALE N. 7 DEL 17/02/2005

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ART. 1 OGGETTO E FINALITA'

1. Il presente Regolamento è redatto in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 449/97, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/00, dall'art 7 Legge 166/02, nonché sulla base delle disposizioni relative al CCNL per l'area del Personale e area Dirigenza degli Enti Locali.
2. Le iniziative di sponsorizzazione e/o accordo di collaborazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa, realizzare maggiori economie e migliorare la qualità dei servizi prestatiperseguire gli interessi pubblici, così escludendo forme di conflitto di interessi tra attività pubblica e privata, comportare risparmi di spesa rispetto agli stanziamenti previsti.
3. L'ambito di applicazione riguarda pertanto tutti i servizi dell'Amministrazione Comunale compresa la realizzazione di opere pubbliche di minore consistenza economica.

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 tempi e spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, ecc.;
 - b. per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni o servizi, danaro 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 intenda 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 messe a disposizione dal Comune per la pubblicità dello sponsor ed il lasso di tempo determinato per la durata del contratto.

ART. 3 SCELTA DELLO SPONSOR

1. La scelta dello sponsor è effettuata nelle forme previste ai sensi delle leggi vigenti in materia.
2. All'avviso anzidetto è data pubblicità mediante:
 - a) pubblicazione all'albo pretorio;
 - b) a mezzo di avviso sui siti internet di prevalente interesse cittadino o delle aree che si scelga d'interessare ai fini della selezione delle eventuali offerte e che offrano possibilità e spazio al Comune per comunicati ed avvisi o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggior conoscenza e partecipazione;

- c) con manifesti murali da affiggere almeno nell'ambito del territorio comunale ed, eventualmente, a mezzo stampa.
- d) In ogni caso andranno rispettate per la pubblicità le norme vigenti in materia, in relazione al valore del contratto di sponsorizzazione.
- 3. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritenga possano essere interessati o alle rappresentanze sindacali (presenti sul territorio) delle diverse categorie.
- 4. L'avviso, di cui ai precedenti commi, dovrà contenere, tra l'altro, i seguenti dati:
 - a. l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario;
 - b. l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile e la eventuale durata della pubblicità;
 - c. le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta.
- 5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a. il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b. il prezzo offerto per la sponsorizzazione.
- 6. L'offerta dovrà, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
- 7. Ove pervengano più offerte, con l'atto amministrativo anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.
- 8. La graduatoria è formata in ragione della maggior utilità economica per il Comune.
- 9. Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno sponsor cominciando dal primo della graduatoria. In caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

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 Responsabile del settore 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'Ente, 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 è regolata da apposito contratto nel quale sono stabiliti in particolare:
 - a. il diritto per lo sponsor alla pubblicità "esclusiva" o "non esclusiva" nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b. le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c. la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d. il corrispettivo per la sponsorizzazione.
- 4. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere effettuato prima della firma del contratto. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento.

ART. 5

UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici, a migliorare la qualità dei servizi prestati o a coprire, anche solo parzialmente il costo di un determinato servizio.

ART. 6

DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

1. Il Funzionario responsabile del procedimento deve rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora, a suo giudizio:
 - a. ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b. ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno ambientale o comunque all'immagine o alle iniziative dell'Ente;
 - c. la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Avverso ai rifiuti motivati, di cui al precedente punto 1 del presente articolo, può essere opposto ricorso da presentarsi al Direttore Generale del Comune o, in sua assenza, al Segretario Comunale.
3. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. propaganda promossa comunque da Associazioni che abbiano partecipato a competizioni elettorali o che si apprestino a partecipare a competizioni elettorali;
 - c. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - d. messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

ART. 7

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 Monte di Procida in persona del suo 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. 8

RISERVA ORGANIZZATIVA

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal Comune nei modi precisati dall'art. 4 del presente regolamento.