



PROVINCIA DI TERAMO

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Approvato con deliberazione del Consiglio Provinciale n. 91 del 28 ottobre 2003

INDICE

Art. 1 – Finalità

Art. 2 – destinatari

Art. 3 – Definizioni

Art. 4 – Procedura di sponsorizzazione

Art. 5 – Contratto di sponsorizzazione

Art. 6 – Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

Art. 7 – Diritto di rifiuto

Art. 8 – Trattamento dei dati personali

Art. 9 – Verifiche e controlli

Art. 10 – Riserva organizzativa

ART. 1 Finalità

- A) Il presente Regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e nell'art. 119 del D.lgs. 267/2000.
- B) 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 Destinatari

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, Enti, associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni o beni; il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio.

ART. 3 Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende:

- A) per "contratto di sponsorizzazione": contratto mediante il quale la Provincia (Sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative od attività, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a fornire beni e servizi secondo le prescrizioni del bando di gara.
- B) Per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale o specifiche attività legate all'oggetto sociale.
- C) Per "sponsor": i soggetti di cui all'art.2 che intendono stipulare un contratto di sponsorizzazione.
- D) Per "oggetto della sponsorizzazione": il supporto fisico o l'attività che consente alla Provincia di veicolare le informazioni o la ragione sociale dello sponsor.

ART. 4 Procedura di Sponsorizzazione

- A) La scelta dello sponsor è effettuata mediante bando pubblico preceduto dalla pubblicazione di apposito avviso.
- B) All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità attraverso la pubblicazione all'Albo dell'Ente, inserimento nel sito Internet della Provincia, invio a soggetti potenzialmente interessati all'iniziativa, e/o altre forme ritenute di volta in volta utili alla maggiore diffusione delle iniziative proposte.
- C) L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - 1) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
 - 2) l'esatta determinazione dell'oggetto della sponsorizzazione;
 - 3) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
- D) L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica :
 - 1) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - 2) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione

- E) L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- 1) l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e ss. della legge n. 689 del 24/11/1981, e di ogni altra situazione considerata pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - 2) l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - 3) l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se ditte individuali).

Per le persone giuridiche le autocertificazioni sopra elencate sono riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, i quali devono presentare idonea certificazione attestante la propria carica sociale a norma del DPR 445/2000.

Per le persone giuridiche è sufficiente anche la sola presentazione del certificato rilasciato dalla C.C.I.A.A. con dicitura antimafia e dettaglio degli organi amministrativi in essere.

- F) L'offerta deve inoltre contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti all'oggetto della sponsorizzazione e alle relative autorizzazioni.
- G) Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio competente espressamente indicato nell'avviso pubblico, nel rispetto dei criteri indicati nel capitolato o nel progetto di sponsorizzazione.
- H) Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente dell'ufficio o del servizio espressamente indicato nel bando pubblico.
- I) Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Dirigente e approvate dalla Giunta Provinciale. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Provinciale può formulare indirizzi specifici al Dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente Regolamento.
- J) Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione possono 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.
- K) Per verificare l'offerta della sponsorizzazione, valutando anche i contenuti morali, educativi, estetici, di impatto ambientale, o altri aspetti ritenuti rilevanti per l'Ente, viene istituita una Commissione Giudicatrice così composta :
- Dirigente del Settore Appalti in qualità di Presidente;
 - Dirigente del Settore proponente in qualità di componente,
 - Dirigente del Servizio Viabilità in qualità di componente;
 - Dirigente del Servizio Urbanistica in qualità di componente;
 - Addetto stampa in qualità di componente;
 - Un funzionario in qualità di segretario.

I singoli componenti possono delegare un proprio fiduciario a rappresentarli nella Commissione.

Il giudizio espresso dalla Commissione è indispensabile ma non vincolante al fine di perfezionare il contratto di sponsorizzazione.

ART. 5

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

La Giunta Provinciale, 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, e di verificare che la proposta di sponsorizzazione non sia contraria ai principi morali, educativi, estetici, di impatto ambientale oltrechè della difesa dei più diffusi interessi meritori di tutela da parte dell'Ente.

ART. 6

Contratto di Sponsorizzazione

La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti :

- 1) il diritto dello sponsor in base alla sponsorizzazione;
- 2) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- 3) gli obblighi assunti dallo sponsor.

ART. 7

Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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

ART. 8

Trattamento dei dati personali

La Provincia utilizzerà i dati personali dello sponsor per il conseguimento delle finalità del contratto di sponsorizzazione.

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

I dati verranno trattati in conformità alle attuali normative di riferimento (L. 675/96).

ART. 9

Verifiche e controlli

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte degli Uffici competenti per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

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. 10

Riserva organizzativa

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Provincia secondo il presente Regolamento.

E' facoltà della Giunta Provinciale, 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 settore d'intervento, senza onere a carico dell'Ente.