

REGOLAMENTO
PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE
DELLE SPONSORIZZAZIONI
DEL COMUNE DI AOSTA

Approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. 136 del 24.10.2006

Art. 1 – Oggetto e 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.
2. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficacia, efficienza e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi in conformità ai fini istituzionali del Comune di Aosta.

Art. 2 – Definizioni

Il contratti di sponsorizzazione sono accordi atipici tra le parti, a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive, mediante i quali un soggetto si obbliga a favorire nell'ambito della propria attività, la diffusione del marchio o di altri elementi distintivi del soggetto sponsorizzante, il quale si obbliga, a sua volta, a pagare un determinato corrispettivo in denaro o altre utilità.

Ai fini del presente regolamento si intende:

per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto a titolo oneroso mediante il quale il Comune di Aosta (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;

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;

per "**sponsor**": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Aosta;

per "**spazio pubblicitario**": *lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dal Comune di Aosta per la pubblicità dello sponsor, in conformità con il Piano Generale degli Impianti.*

Art. 3- Programmazione e gestione dello sponsor

1. Il ricorso al finanziamento attraverso sponsorizzazioni può interessare tutti gli interventi, le iniziative, prodotti, beni, servizi, opere pubbliche, ed in generale tutte le attività del comune, gestiti e organizzati, sia direttamente che indirettamente.
2. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Dirigente. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta Comunale può formulare indirizzi specifici al Dirigente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
3. Nel caso in cui si affidi a terzi la gestione e/o la ricerca delle sponsorizzazioni (vedi art. 9), l'individuazione delle iniziative sponsorizzabili deve essere approvata dalla Giunta Comunale.

Art. 4 - Scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura ad evidenza pubblica, preceduta, di norma, da apposito avviso tranne che nel caso di cui all'art. 9 comma 2.
2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito internet del Comune, e/o invio alle associazioni di categoria e in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

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 ad una forma di pubblicità, anche non esclusiva, nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità che devono comunque essere concordate con il Comune;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) gli obblighi assunti a carico dello sponsor e il corrispettivo della sponsorizzazione.

Art. 6 – Canali della sponsorizzazione

Le sponsorizzazioni possono avvalersi di diversi canali per il raggiungimento dei fini prefissati, purchè siano state preventivamente autorizzate dal Comune

Art7 - 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 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte della Commissione di cui al comma 3, 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.
3. Con provvedimento del Segretario Generale sarà istituita apposita commissione per la verifica degli elaborati grafici e dei supporti pubblicitari connessi alle iniziative di sponsorizzazione.

Art. 9 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale secondo la disciplina del presente regolamento.
2. È tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni a soggetti terzi, mediante procedure ad evidenza pubblica.

Art. 10 – Rinvio

Per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento si fa riferimento alla normativa vigente.