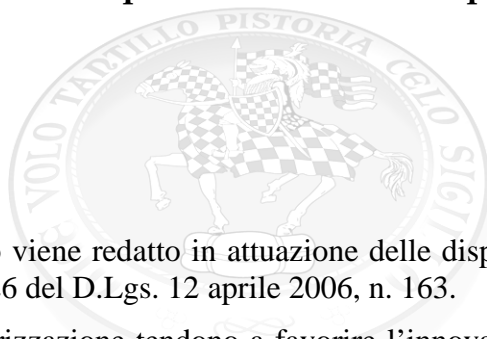


## Regolamento per la stipula di contratti di sponsorizzazione



### Art. 1 - Finalità

Il presente regolamento viene redatto in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 449/97 e nell'art. 26 del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163.

Le iniziative di sponsorizzazione tendono a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di economie di bilancio, nonché il miglioramento della qualità dei servizi istituzionali.

### Art. 2 - Contenuti della sponsorizzazione

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, nonché con associazioni senza fini di lucro costituite con atto notarile, che non svolgano attività in conflitto con l'interesse pubblico e con le finalità e competenze proprie dell'Ente camerale.

La conclusione del contratto tende alla realizzazione o acquisizione a titolo gratuito di interventi, servizi, prestazioni, beni o l'equivalente corrispettivo inerenti 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, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

### Art. 3 - Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende:

1. per contratto di sponsorizzazione: un contratto atipico mediante il quale la Camera di Commercio (*sponsee*) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (*sponsor*), che si obbliga ad un corrispettivo ovvero a fornire a titolo gratuito o a prezzi di favore una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e/o marchio in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
2. per sponsorizzazione: ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, interventi o corrispettivi monetari equivalenti, provenienti da terzi allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o marchio aziendale;
3. per *sponsor*: il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare il contratto di sponsorizzazione;
4. per spazio pubblicitario: lo spazio fisico o il supporto di veicolazione del nome, ragione sociale, logo e/o marchio dello *sponsor* di volta in volta messo a disposizione dalla Camera di Commercio. In nessun caso potranno essere inseriti messaggi pubblicitari (diversi dal solo nome, ragione sociale, logo e/o marchio) all'interno di documenti recanti comunicazioni istituzionali o in allegato agli stessi.

#### **Art. 4 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

La Giunta camerale, in sede di approvazione del budget direzionale di cui all'allegato B del DPR 254/2005, ovvero con appositi provvedimenti assunti in corso d'anno, individua esigenze, modalità e risorse per il ricorso alla sponsorizzazione in conformità al presente regolamento.

La sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio camerale, ad esclusione di quelli riferibili all'attività pubblicitaria istituzionale dell'Ente.

Tipicamente si potrà far ricorso a contratti di sponsorizzazione nei seguenti ambiti:

- inserzioni su pubblicazioni camerali;
- spazi sul portale della Camera di commercio e sulle comunicazioni a soggetti registrati;
- spazi su materiale divulgativo, manifesti, inviti;
- spazi in occasione di eventi, convegni, seminari organizzati dalla Camera;
- spazi a copertura di edifici camerali in ristrutturazione;
- spazi nell'ambito di propri stand fieristici.

#### **Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

Il Dirigente dell'Area di competenza, nell'ambito delle linee di indirizzo e/o delle specifiche indicazioni formulate dalla Giunta ai sensi del precedente art. 4, in relazione ai singoli progetti e/o attività di competenza ed in funzione dell'entità delle esigenze e delle finalità da perseguire, pubblica un bando o avviso pubblico, indicando tra l'altro le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione.

Del bando o dell'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo camerale, inserimento nel sito internet della Camera di Commercio di Pistoia, comunicazione agli organi di stampa locali e/o con altre forme di pubblicità ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

Il bando o l'avviso devono contenere, in particolare, i seguenti dati:

1. l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello *sponsor* secondo i contenuti dello specifico capitolato o progetto di sponsorizzazione;
2. l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
3. le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

L'offerta deve in ogni caso essere presentata in forma scritta ed indicare l'accettazione delle condizioni previste nel bando o avviso pubblico nonché quelle previste dal capitolato o progetto di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere accompagnata da dichiarazione sostitutiva redatta in conformità alle disposizioni del DPR 28 dicembre 2000, n. 445, attestante il possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 38 del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163 e deve contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

L'offerta deve altresì contenere l'impegno a non utilizzare la sponsorizzazione per pubblicizzare, in maniera diretta o indiretta, organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.

Le offerte sono valutate dall'Ufficio camerale competente, nel rispetto dei criteri stabiliti nel bando od avviso pubblico.

Nel caso in cui vengano individuati più spazi pubblicitari essi verranno assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascuno *sponsor* sulla base della graduatoria approvata, cominciando dal primo in graduatoria, fatto salvo il disposto dell'art. 7.

Nel caso in cui sia stato individuato un solo spazio pubblicitario, lo stesso è assegnato al primo della graduatoria, sempre fatto salvo il disposto dell'art. 7.

Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo *sponsor* e dal Dirigente dell'Area competente, responsabile dell'attività oggetto di sponsorizzazione. In tale contratto viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario espressamente indicato nel bando, avviso, capitolato o progetto di sponsorizzazione.

Sono fatte salve le diverse procedure eventualmente prescritte dalla vigente normativa nei casi in cui il contratto di sponsorizzazione sia accessorio ad altro contratto relativo a lavori, servizi o forniture.

#### **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 valore della sponsorizzazione;
2. modalità di veicolazione pubblicitaria del nome, ragione sociale, logo e/o marchio dello *sponsor* da parte dello *sponsee*;
3. il diritto dello *sponsor* alla pubblicità "esclusiva" ovvero "non esclusiva" in relazione all'iniziativa oggetto del contratto;
4. la durata del contratto;
5. gli obblighi assunti a carico dello *sponsor*;
6. le clausole di tutela rispetto a eventuali inadempienze;
7. eventuali garanzie richieste;
8. possibili cause di risoluzione.

#### **Art. 7 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

L'Ente camerale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

1. ritenga che ne possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata, ovvero tra le finalità istituzionali della Camera di Commercio di Pistoia e quelle dello *sponsor*;
2. ravvisi nella stessa un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
3. la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

1. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
2. pubblicità che possa offendere la dignità della persona, evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità, offendere convinzioni religiose ed ideali, indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute, la sicurezza e l'ambiente;
3. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, di medicinali e cure mediche disponibili unicamente con ricetta medica, di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
4. messaggi offensivi in genere, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

#### **Art. 8 - Trattamento dei dati personali**

I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dall'art. 13 del D.Lgs. 30.6.2003 n. 196; titolare del trattamento dei dati è la Camera di Commercio di Pistoia; responsabile del trattamento è il Dirigente dell'Area di competenza.

La Camera di Commercio di Pistoia non potrà in alcun caso comunicare agli sponsor i dati personali dei destinatari delle informazioni o comunicazioni istituzionali dell'ente.

#### **Art. 9 - Verifiche e controlli**

Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte dell'Ufficio camerale competente, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti per quanto attinenti ai contenuti tecnici, quantitativi, qualitativi e temporali.

Le difformità emerse in sede di verifica vengono tempestivamente notificate allo *sponsor*. La notifica e l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

#### **Art. 10 - Riserva organizzativa**

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Ente camerale secondo la disciplina del presente regolamento. È tuttavia facoltà dell'Ente, qualora lo ritenga opportuno o più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico o funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

#### **Art. 11 – Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

L'eventuale destinazione di quota parte dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni ad incremento delle risorse destinate all'erogazione dei compensi accessori incentivanti la produttività dei dirigenti e del personale che hanno contribuito alla loro realizzazione sarà definita previo esperimento delle prescritte relazioni sindacali e nel rispetto della disciplina normativa e contrattuale nel tempo vigente.

#### **Art. 12 - Norma transitoria**

Sono fatti salvi gli eventuali accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento.