



Provincia di Lodi

# REGOLAMENTO PER LE SPONSORIZZAZIONI

allegato "A" deliberazione di C.P. n. 26 del 27.05.2008

## PROVINCIA DI LODI

### **Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni**

#### **ART. 1 FINALITA'**

Il presente Regolamento disciplina, in conformità al disposto dell'art. 43 della L. 449/97 e dell'art. 119 del D. Lgs. 267/2000, le attività di sponsorizzazione da parte di soggetti individuati secondo le modalità previste negli articoli seguenti.

#### **ART. 2 CONTENUTI DELLE SPONSORIZZAZIONI E DESTINATARI**

I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza scopo di lucro, per acquisire contributi e/o 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 della Provincia.

Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una 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 per:

- a) "contratto di sponsorizzazione": il contratto mediante il quale la Provincia, nell'ambito delle proprie iniziative, offre a un soggetto (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi e predeterminati spazi, il proprio nome, logo, marchio, attività ovvero i propri prodotti, contro l'obbligazione di fornire, a titolo gratuito, una determinata prestazione;
- b) "sponsorizzazione": il contributo in denaro, beni, servizi o altra utilità proveniente dallo sponsor allo scopo di promuovere il proprio nome, logo, marchio, attività ovvero prodotti, oppure di conseguire una proiezione positiva di ritorno, e quindi, un beneficio di immagine;
- c) "sponsor": il soggetto privato, persona fisica o giuridica, che stipula il contratto di sponsorizzazione con la Provincia;
- d) "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni, messo a disposizione dello sponsor dalla Provincia.

#### **ART. 4 INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE**

Le iniziative di sponsorizzazione vengono individuate dalla Provincia in fase di programmazione annuale e/o triennale. Qualora l'esigenza di ricorrere alla sponsorizzazione dovesse insorgere in corso d'anno, la Giunta Provinciale individuerà le iniziative interessate dalla sponsorizzazione medesima, apportando le variazioni opportune agli atti di programmazione.

Tutte le iniziative, i beni e servizi e le prestazioni a carico del bilancio della Provincia possono essere oggetto di sponsorizzazione, fatto salvo il diritto di rifiuto di cui al successivo art. 6.

Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

#### **ART. 5 PROCEDURA DI SCELTA DELLO SPONSOR**

La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura di evidenza pubblica, con pubblicazione degli atti di gara sul sito web della Provincia e all'Albo Pretorio. Sono salve ulteriori forme di pubblicità che dovessero ritenersi opportune in ragione della tipologia di attività di sponsorizzazione che la Provincia intende porre in essere.

L'avviso di gara deve contenere almeno i seguenti dati:

- a) oggetto della sponsorizzazione e obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
- b) indicazione dello spazio utilizzabile a fini pubblicitari e delle eventuali altre modalità di pubblicizzazione;
- c) requisiti di ammissione alla gara nonché criteri di valutazione delle offerte presentate;
- d) modalità e termini di presentazione dell'offerta.

L'offerta dovrà contenere, oltre a quanto indicato nell'avviso, l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e ad assolvere a tutti gli adempimenti inerenti e conseguenti il messaggio pubblicitario, ivi comprese le necessarie autorizzazioni.

L'offerta medesima sarà valutata dal Dirigente del Settore competente, coadiuvato dal Responsabile di servizio cui il contratto di sponsorizzazione inerisce. Nei casi di particolare complessità tecnica dell'iniziativa per la quale si ricorre alla sponsorizzazione, il Dirigente potrà ricorrere alla consulenza di esperti della materia, nel rispetto della normativa vigente.

#### **ART. 6 RIFIUTO DELLE OFFERTE**

Il Dirigente competente, con provvedimento motivato, può proporre alla Giunta Provinciale di rifiutare le offerte di sponsorizzazione, qualora:

- a) possa derivare un conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- b) possa derivare un pregiudizio alla sua immagine o alle sue iniziative;

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni che riguardano:

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- direttamente o indirettamente la produzione e vendita di armi, di tabacco, di prodotti alcolici, di sostanze psicotrope, di materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- messaggi offensivi, minacciosi o di istigazione al fanatismo o all'odio razziale.

#### **ART. 7 CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE**

La gestione delle sponsorizzazioni nell'ambito di ogni singolo progetto, è regolata da apposito contratto, nel quale sono in particolare stabiliti:

- a) il diritto dello sponsor a utilizzare lo spazio pubblicitario e le eventuali altre modalità di pubblicizzazione;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.

## **ART. 8 TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento sono trattati esclusivamente per le finalità in esso previste.

Gli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D. Lgs. 196/03.

Titolare del trattamento dei dati è la Provincia di Lodi, mentre Responsabile del trattamento è il Dirigente del Settore (o suo delegato) cui l'iniziativa oggetto di sponsorizzazione si riferisce.

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

## **ART. 9 ASPETTI FISCALI**

Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" può coincidere con l'intero stanziamento previsto in bilancio per la specifica iniziativa oppure con una quota dello stesso, a seconda della totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dell'importo corrispondente allo stanziamento medesimo. La misura della predetta copertura è stabilita dalla Giunta Provinciale negli atti di programmazione di cui al precedente art. 4.

Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo indicato nel precedente comma.

## **ART. 10 RISPARMI DI SPESA**

Una quota pari al 5% del risparmio di spesa derivante da ciascuna iniziativa di sponsorizzazione, sarà destinato a incrementare i rispettivi fondi incentivanti dei dirigenti e del personale non dirigenziale della Provincia, secondo i criteri e le modalità stabiliti in sede di contrattazione decentrata.

## **ART. 11 VERIFICHE E CONTROLLI**

Il competente servizio provinciale effettuerà periodiche verifiche, al fine di accertare la corretta esecuzione delle obbligazioni contenute nel "contratto di sponsorizzazione".

Eventuali difformità saranno tempestivamente comunicate allo sponsor e la predetta comunicazione produrrà gli effetti previsti dal contratto medesimo.

## **ART. 12 RISERVA ORGANIZZATIVA**

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Provincia, secondo la disciplina del presente Regolamento.