

REGOLAMENTO DELL'I.R.V.V. RECANTE DISCIPLINA PER LA GESTIONE DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE

Art. 1 – Finalità e contenuto delle sponsorizzazioni

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione dell'IRVV in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e s.m.i..
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a realizzare o acquisire a titolo gratuito contributi, forniture, beni o servizi a supporto di attività inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente.
3. Il risultato della sponsorizzazione si deve concretizzare 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. 2 - Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione" quello mediante il quale lo sponsee (IRVV) nell'ambito delle proprie iniziative, offre ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari, ed il terzo (sponsor) si obbliga ad una predeterminata prestazione, costituita da una somma di denaro ovvero da forniture di beni e/o servizi e/o prestazioni forniti all'IRVV a titolo gratuito;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni, che lo sponsor fornisce allo sponsee a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o alla divulgazione del proprio marchio;
- c) per "sponsor" e "sponsee": i soggetti che intendono stipulare un contratto di sponsorizzazione;
- d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'IRVV per la pubblicità dello sponsor (compreso il sito web dell'Istituto).

Art. 3 - Destinatari

1. Possono assumere la veste di sponsor i seguenti soggetti:

- a) qualsiasi persona fisica, purché in possesso dei requisiti di legge per contrattare ordinariamente con la pubblica Amministrazione;
- b) qualsiasi persona giuridica, avente o meno scopo o finalità commerciali, quali le società di persone e di capitali, le imprese individuali, quelle cooperative (ex art. 2511 cod. civ.), le mutue di assicurazioni e i consorzi imprenditoriali (ex art. 2602 cod. civ.);
- c) le Associazioni senza fini di lucro, generalmente costituite con atto notarile, le cui finalità statuarie non risultino in contrasto con i fini istituzionali di questo Ente.

2. Sono ammesse le sponsorizzazioni plurime di una singola manifestazione o quelle con diritto di "esclusiva" secondo quanto stabilito dall'apposito avviso.

Art. 4 - Iniziativa spontanea o per azione di terzi

1. La sponsorizzazione può essere proposta per iniziativa:

- a) dell'Istituto;
- b) di uno qualsiasi dei soggetti indicati nel precedente art. 3, comma 1.

2. Le iniziative proposte da soggetti terzi, fatte salve le norme relative alla scelta del contraente, devono essere riconosciute e valutate come utili agli interessi e conformi agli scopi istituzionali dell'Istituto.

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La ricerca delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'IRVV. E' tuttavia facoltà dell'IRVV, 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 campo pubblicitario o altri soggetti operanti nel campo culturale o della comunicazione.

2. La scelta avviene, di norma, mediante procedura selettiva ad evidenza pubblica in conformità alle norme che disciplinano i contratti della Pubblica Amministrazione. Le procedure devono essere conformi alla peculiare atipicità dei rapporti in questione e devono garantire la parità di trattamento tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione.

3. E' ammessa la diretta sponsorizzazione senza procedura ad evidenza pubblica, previa adeguata motivazione, con specifico riferimento:

- a) alle ipotesi di iniziative che per le loro peculiarità e caratterizzazioni facciano fondatamente ritenere che, ove anche si procedesse tramite pubblicizzazione dell'avviso, questo andrebbe verosimilmente deserto, o in ogni caso, risulterebbe di un improbabile buon esito;
- b) alle ipotesi in cui si tratti di forniture di beni e servizi, che un solo soggetto sia in grado di offrire con quelle specifiche caratteristiche;
- c) alle ipotesi in cui l'urgenza dell'iniziativa non consenta l'indugio delle procedure ivi previste;
- d) ad ogni altra situazione in cui ricorrano speciali ed eccezionali circostanze per le quali non appaia né utile né congruo il ricorso alle procedure descritte nel presente regolamento;
- e) alle ipotesi di modico valore economico dell'iniziativa, da indicarsi entro il limite di €20.000.

4. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione per almeno 20 giorni nel sito internet dell'IRVV; qualora la scadenza coincida con un giorno festivo, la scadenza è posticipata al giorno lavorativo immediatamente successivo.

Qualora il Dirigente Responsabile lo ritenga opportuno, in aggiunta a quanto previsto dal comma precedente, è possibile provvedere alla trasmissione dell'avviso ad associazioni di categoria/soggetti interessati con modalità di volta in volta individuate o prevedere altre adeguate forme di pubblicazione.

5. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a) la descrizione dell'iniziativa o dell'evento di cui si propone la sponsorizzazione;
- b) l'esatta determinazione dello spazio pubblicitario offerto;
- c) l'indicazione dei contributi, beni e servizi richiesti quale controprestazione;
- d) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:

- a) il bene, il servizio, l'attività, la prestazione o i contributi offerti ;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nell'avviso.

7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:

A) per le persone fisiche:

- 1) la sussistenza dei requisiti per partecipare alla procedura di affidamento e la capacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689 e articoli 34 e seguenti del D.lgs.12.4.2006, n.163 e successive modificazioni e integrazioni;
- 2. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- 3. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);

B) per le persone giuridiche:

1. oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.

8. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

9. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Direttore dell'IRVV di concerto con i Dirigenti interessati, nel rispetto dei criteri definiti nell'avviso pubblico o nella lettera d'invito.

10. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'eventuale utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nell'avviso.

11. Le sponsorizzazioni prive di finalità di lucro offerte o proposte da soggetti giuridici pubblici e privati, specie ove il valore di ritorno di natura pubblicitaria appaia del tutto minimale rispetto al valore della sponsorizzazione e prevalga, pertanto, l'aspetto di un sostanziale contratto a prestazioni economicamente unilaterali, con la prevalenza di profili c. d. di "mero mecenatismo" da parte dello sponsor, sono formalizzate con la procedura di cui all'art. 5, comma 3 del presente regolamento, qualunque sia il valore della prestazione resa.

Art. 6 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito dei progetti già avviati dall'IRVV o previsti nel "Programma annuale delle attività".

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può 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.

Art. 7 - Contratto di sponsorizzazione

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

- a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- b) la durata del contratto di sponsorizzazione/eventuale rinnovabilità;
- c) gli obblighi assunti a carico dello sponsor;
- d) le clausole sanzionatorie e risolutive del contratto ;

Art. 8 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

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

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1, nei limiti di quanto previsto dal presente articolo, possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

- a) alla implementazione del "Fondo per la produttività collettiva per il miglioramento dei servizi e per il premio della qualità delle prestazioni individuali";
- b) alla implementazione del "Fondo per la retribuzione di posizione e risultato" della dirigenza.

3. I risparmi di cui sopra, quantificati per anno solare, vengono ripartiti sulla base della seguente tabella:

Valore dei risparmi di spesa	Fondo personale comparto. importo massimo destinabile	Fondo dirigenza. importo massimo destinabile	Totale importo massimo destinabile
Fino a 50.000 €	27,0%	3,0%	30%
Da 50 a 100.000 € [per la parte eccedente 50.000 €]	13,5%	1,5%	15%
Oltre 100,000 € [per la parte eccedente 100.000 €]	4,5%	0,5%	5%

4. L'importo totale minimo destinabile ai fondi di cui al comma 3, non potrà essere inferiore al 5% in conformità a quanto previsto dall'art. 43 della legge n. 449 del 27.12.1997.

Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'amministrazione, 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 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. 10 - Recesso

1. In ogni contratto deve essere prevista la facoltà per l'IRVV di recedere dal contratto prima della scadenza, subordinata alla tempestiva comunicazione e le modalità con cui tale comunicazione deve avvenire.

2. Nel contratto di sponsorizzazione deve essere prevista, inoltre, la clausola risolutiva espressa nel caso in cui il soggetto privato rechi danni all'immagine dell'IRVV o non siano perseguiti i fini

sociali e di pubblica utilità cui l'Agenzia deve attenersi, fermo restando l'eventuale risarcimento del danno.

Art. 11 - Inadempienze

1. Il mancato o solo parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di risoluzione del contratto, fatto salvo il risarcimento di ogni maggiore danno.

Art. 12 - Responsabilità

1. Il soggetto sponsorizzato è sollevato da qualsiasi responsabilità civile e penale conseguente all'allestimento e allo svolgimento delle attività sponsorizzate da parte dello sponsor.

Art. 13 - Trattamento dei dati personali ai sensi del D.Lgs. 30 giugno 2003 n. 196 e s.m.i.

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

2. Titolare del trattamento dei dati è l'IRVV in persona del Direttore *pro tempore* che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici tenuti alla applicazione del presente regolamento.

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

Art. 14 - Aspetti fiscali

1. Le spese relative alle sponsorizzazioni, vengono attestate in base all'ammontare dei contributi offerti o al valore della prestazione fornita come iscritto in bilancio dell'Istituto.

2. Il valore della spesa sostenuta correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor ("spazio pubblicitario") è pari all'importo specificato al comma 1.

Art. 15 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Dirigente competente per materia, 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 l'eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

Art. 16 - Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'IRVV secondo la disciplina del presente regolamento.

Art. 17 – Modalità applicative

1. Resta ferma la facoltà dell'Ente di decidere di volta in volta i tempi di attuazione degli accordi di sponsorizzazione nonché la forma e le caratteristiche per l'applicazione dello spazio pubblicitario concordato con le parti interessate.

2. La pubblicità può avvenire anche attraverso il sito web dell'IRVV a mezzo di apposite pagine dedicate ai progetti in corso.

IL DIRETTORE Carlo Canato	IL PRESIDENTE Nadia Qualarsa
-------------------------------------	--

IL DIRETTORE
ISTITUTO REGIONALE VILLE VENETE
Arch. Carlo Canato



IL PRESIDENTE
ISTITUTO REGIONALE VILLE VENETE
Nadia Qualarsa

SG