

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE
SPONSORIZZAZIONI
della Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno**

INDICE

- Articolo 1 - Oggetto del Regolamento**
- Articolo 2 - Contenuti del contratto di sponsorizzazione e destinatari**
- Articolo 3 - Definizioni**
- Articolo 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**
- Articolo 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**
- Articolo 6 - Contratto di Sponsorizzazione**
- Articolo 7 - Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**
- Articolo 8 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**
- Articolo 9 - Trattamento dei dati personali**
- Articolo 10 - Aspetti fiscali e fatturazione**
- Articolo 11 - Verifiche e Controlli**
- Articolo 12 - Riserva organizzativa**
- Articolo 13 - Tutela dei marchi**
- Articolo 14 - Norme finali e di rinvio**

Articolo 1

Oggetto del Regolamento

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'art. 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 e dell'art. 26, comma 1, letto b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.
2. Lo scopo del Regolamento è quello di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione dell'Ente e a realizzare maggiori economie, da destinare in parte all'incentivazione del personale camerale ed in parte al finanziamento di altre iniziative istituzionali, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

Articolo 2

Contenuti del contratto di sponsorizzazione e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati, fondazioni e associazioni senza fini di lucro, interessati a promuovere la propria immagine attraverso il collegamento con le iniziative promosse dalla Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno e purché gli stessi soggetti non esercitino attività che possano essere in conflitto di interesse con l'attività pubblica;
2. I contratti di sponsorizzazione hanno lo scopo di realizzare o acquisire a titolo gratuito beni, servizi, prestazioni, o corrispettivi monetari correlati alle attività inserite nei 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.

Articolo 3

Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale la Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione e/o a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari resi disponibili anche in occasione dell'organizzazione di specifici eventi;
 - b) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - c) per "sponsorizzazione": ogni contributo fornito dallo sponsor in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari, allo scopo di promuovere la propria ditta, denominazione/ragione sociale e/o marchio aziendale;
 - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dalla Camera di Commercio per la pubblicità dello sponsor;
 - e) per "risparmi di gestione": le somme derivanti da una preventiva pianificazione di risparmio, operata dal Dirigente, competente sulla spesa di parte corrente.

Articolo 4

Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata nel rispetto dei principi contenuti nell'articolo 19 del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, "Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli

Regolamento per la disciplina e gestione delle sponsorizzazioni

- enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture”.
2. Nel caso in cui il contratto di sponsorizzazione acceda ad un contratto principale di acquisto di beni e servizi, la procedura di scelta del contraente è disciplinata dalle normative vigenti in materia, cui si rimanda.
 3. Al di fuori dell'ipotesi descritta al comma 2, la scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura comparativa ad evidenza pubblica con pubblicazione di apposito avviso.
 4. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione nel sito internet camerale, invio alle associazioni di categoria, invio ad altri soggetti che si ritiene possano essere interessati o abbiano manifestato precedentemente il proprio interesse e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
 5. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "capitolato" o progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
 - d) la possibilità di ammettere più soggetti a concorrere congiuntamente all'affidamento del contratto di sponsorizzazione. In questo caso l'avviso dovrà indicare il numero massimo di imprese che potranno essere coinvolte e l'importo totale del contratto sarà posto in misura paritetica a carico dei soggetti ciascuno dei quali sarà tenuto agli adempimenti posti a carico degli sponsor.
 6. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) il "valore normale" dei beni, servizi, delle prestazioni e/o i corrispettivi monetari che si intendono offrire a titolo di sponsorizzazione;
 - c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
 - d) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
 7. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni riferite al/ai rappresentante/i legali:
 - l'insussistenza delle cause di esclusione di cui all'articolo 80 del D.Lgs. 50/2016 o di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'insussistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'insussistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - di non agire in rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
 - nel caso di sponsor non iscritti al Registro delle Imprese, deve essere altresì attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
 8. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da apposita commissione nominata dal Segretario Generale e composta ai sensi dell'articolo 77 del D.Lgs 50/2016. La commissione redige un verbale ed elabora una graduatoria qualora siano pervenute più offerte valide. L'aggiudicazione può essere fatta sulla base dell'offerta economicamente più conveniente secondo i criteri preventivamente definiti nell'avviso pubblico.
 9. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Segretario Generale o dal Dirigente del settore che ha attivato e gestito la procedura di sponsorizzazione e di scelta dello sponsor; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.
 10. Per i contratti che prevedono un valore economico della sponsorizzazione oltre l'importo di 40.000,00 Euro è fatto obbligo al proponente l'iniziativa di sponsorizzazione (sponsor) la sottoscrizione di una polizza fidejussoria a beneficio della Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno per un importo pari al 50% degli oneri della sponsorizzazione, a tutela dell'immagine dell'Ente camerale (sponsee).
 11. Qualora un soggetto privato offra spontaneamente contributi in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari, al fine di rendere un servizio, nei casi di:
 - mancanza di offerte a seguito di avviso;

Regolamento per la disciplina e gestione delle sponsorizzazioni

- di sponsorizzazioni di importo inferiore a € 20.000,00, oltre IVA
 - una data fornitura o prestazione possono essere eseguite da una sola impresa con i requisiti tecnici ed il grado di perfezione richiesti
 - la fornitura riguarda beni la cui produzione è garantita da privativa industriale
 - per il completamento di beni acquisiti da un dato fornitore
- previa istruttoria degli effettivi benefici ed adeguatamente motivata, il Segretario Generale o il Dirigente possono procedere in via diretta alla redazione del contratto di sponsorizzazione

Articolo 5
Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. La Giunta camerale, anche nel corso dell'anno, può formulare indirizzi specifici per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base al presente regolamento. Gli spazi oggetto delle sponsorizzazioni possono essere individuati nel piano di comunicazione approvato dalla Giunta camerale.
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 conti di budget. A titolo esemplificativo e non esaustivo possono essere oggetto di sponsorizzazione:
 - inserzioni su pubblicazioni camerale;
 - spazi su portali web della Camera di Commercio;
 - spazi su materiale divulgativo, manifesti, inviti, informative;
 - corrispondenza;
 - spazi in occasione di eventi, convegni, seminari, organizzati dalla Camera di Commercio;
 - spazi a copertura di edifici camerale in ristrutturazione;
 - spazi presso punti specificatamente individuati all'interno di edifici di proprietà camerale;
 - apposizione di materiale informativo (brochure, depliant, guide) presso punti specificatamente individuati all'interno degli uffici camerale.

Articolo 6
Contratto di Sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) l'oggetto del contratto;
 - b) il valore della sponsorizzazione;
 - c) la forma di corrispettivo e le modalità di pagamento
 - d) la durata del contratto;
 - e) gli impegni e/o obblighi dello sponsee;
 - f) le modalità della veicolazione pubblicitaria della denominazione/ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
 - g) gli impegni e/o obblighi dello sponsor;
 - h) l'eventuale diritto di "esclusiva";
 - i) il recesso;
 - j) l'inadempimento e la risoluzione del contratto;
 - k) la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto;
 - l) le spese e disposizioni contrattuali finali
2. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento, fatto salvo il risarcimento di ogni maggiore danno.

Articolo 7

Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici ed a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. Le risorse acquisite dall'Ente a titolo di corrispettivo delle sponsorizzazioni, al netto di costi eventualmente sostenuti dall'Ente per la veicolazione pubblicitaria, che vanno ad abbattere o a coprire i costi di iniziative e attività camerali, ovvero i minori oneri sostenuti per l'acquisto di beni, servizi o la realizzazione di opere, per effetto del ricorso alla sponsorizzazione, sono considerati risparmi di spesa, da utilizzare per le seguenti finalità:
 - a) nella misura del 30% sono destinate all'implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999 e successive modificazioni;
 - b) nella misura del 20% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
 - c) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.
3. Per i contratti che prevedono un valore economico della sponsorizzazione oltre l'importo di 40.000,00 Euro, le modalità di ripartizione dell'utilizzazione dei risparmi di spesa, previste al secondo comma, saranno definite dalla Giunta Camerale.

Articolo 8

Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Ente camerale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) 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, medicinali, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
 - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Articolo 9

Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. 196/2003 e successive modificazioni.
3. Titolare del trattamento dei dati è la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura della Maremma e del Tirreno che può nominare più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.
4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici camerali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Articolo 10

Aspetti fiscali e fatturazione

1. Nel caso in cui lo sponsor, a fronte dell'obbligo da parte della Camera di Commercio di veicolare il messaggio pubblicitario, si impegni a corrispondere una somma di denaro, l'Ente camerale provvederà ad emettere fattura per il corrispettivo pattuito.
2. Qualora lo sponsor si impegni a cedere beni o a prestare servizi o ad eseguire opere in corrispettivo, sia lo sponsor che l'Ente camerale provvederanno ad emettere fattura, ai sensi dell'articolo 21 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633, in relazione all'operazione attiva da ciascuno effettuata, indicando il valore normale così come determinato dall'articolo 14, terzo comma, del medesimo D.P.R. 633/72. La fattura verrà emessa al momento in cui risulti effettuata, in ordine temporale, la seconda prestazione.

Articolo 11

Verifiche e Controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte dei competenti uffici, 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

Articolo 12

Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno secondo la disciplina del presente regolamento.
2. E' tuttavia facoltà della Camera, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il loro reperimento ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario, individuate con procedure ad evidenza pubblica.

Articolo 13

Tutela dei marchi

1. I contratti di sponsorizzazione stipulati dall'Ente camerale possono prevedere clausole inerenti le garanzie e le forme di tutela dei marchi, con specificazione dell'utilizzo dei loghi e dei segni distintivi dello sponsor, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.
2. La Camera di Commercio può definire, in relazione ai contratti di sponsorizzazione, specifiche clausole relative ai propri segni distintivi, considerando lo stemma ufficiale camerale come segno distintivo con tutela pari al marchio.

Articolo 14

Norme finali e di rinvio

1. Per quanto non previsto dal presente regolamento, si osservano le disposizioni della legge sulla amministrazione del patrimonio e sulla contabilità generale dello Stato ed, in generale, della normativa di settore, applicabile alle Camere di Commercio.
2. Le disposizioni contenute nel presente regolamento, che facciano espresso e formale rinvio alla normativa di settore vigente in materia, si intendono automaticamente adeguate, senza necessità di una modifica formale, nel caso di norme sopravvenute che modifichino ovvero abroghino la normativa di riferimento.