

COMUNE DI GERANO

Provincia di Roma

**REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELLE
ATTIVITA' DI PONSORIZZAZIONE, DI
FORNITURA DI CONSULENZE E DI
EROGAZIONE DI BENI E DI SERVIZI**

Allegato alla deliberazione del Consiglio Comunale
n. 49 del 22/11/2005

ART. I – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, di fornitura, di consulenze e di erogazione di beni e servizi nella logica di concretizzare più generalmente obiettivi di risparmi di gestione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, dell'art. 119 del D.Lgs. 267/2000, dell'art. 15, comma 1, lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito comma 4, del CCNL del 5.10.2001 e dell'art. 26, comma 1, lett. b) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.
3. Le iniziative di fornitura di consulenze e di erogazione di beni e servizi da parte del Comune di Gerano verso terzi hanno la finalità di favorire l'immagine positiva dell'Ente, di aumentarne gli introiti e di mettere a disposizione di altri Enti il know-how del personale comunale.
4. Gli obiettivi di cui ai punti precedenti devono essere preventivati dai responsabili di servizio in sede di programmazione economica.

Art. 2 - Contenuti e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro, 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 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.

2. Le convenzioni per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi hanno lo scopo di supportare, sulla base di specifiche professionalità ed esperienze, gli Enti che ne facciano richiesta. Ogni responsabile di servizio sarà interpellato in merito e chiamato ad indicare se tra le attività gestite nella sua struttura ve ne siano meritevoli da mettere a disposizione per la stipula di convenzioni. La Giunta, tramite l'attività del Nucleo di Valutazione, valuterà se queste attività possano costituire materia per la fornitura di consulenze all'esterno dell'Ente e se questa iniziativa possa in qualche modo pregiudicare la qualità dell'attività istituzionale del Settore. Gli stessi responsabili coinvolto preventivano obiettivi di risparmi di gestione da conseguire nell'anno finanziario accantonando una quota di spesa di parte corrente.

3. Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:

- a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale;
- c) per "sponsor": il soggetto privato che intende 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 dal Comune per la pubblicità dello sponsor;
- e) per "convenzione per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi" la convenzione stipulata tra il Comune e soggetto pubblico o privato, con cui il Comune si impegna a fornire a titolo oneroso e nei limiti e per quanto stabilito dalla stessa, una o più consulenze e/o servizi aggiuntivi a quelli ordinari;
- f) per "contributi dell'utenza" quegli introiti per servizi non essenziali o, comunque, per prestazioni verso terzi paganti, non connesse a garanzia di diritti fondamentali;
- g) per risparmi di gestione le somme derivanti da una preventiva pianificazione di risparmio operata dal responsabile di servizio sulla spesa di parte corrente.

Art. 4-Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante rimando alle procedure descritte nel Regolamento per la disciplina i contratti del Comune, in particolare con riferimento alle procedure di evidenza pubblica.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio, inserimento nel sito Internet del Comune, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. 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."

- b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
4. 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) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
- a) per le persone fisiche: . .
- l'inesistenza delle condizioni a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
- la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa.
- b) per le persone giuridiche:
- 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.
6. 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.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dall'Ufficio competente ai sensi del vigente Regolamento per la disciplina dei contratti del Comune, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del responsabile di servizio di riferimento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art. 5 - Individuazione delle iniziative

1. Al fine di rendere nota la possibilità di usufruire di consulenze o di beni o servizi forniti dal Comune, saranno predisposte delle comunicazioni pubblicitarie contenenti le attività consulenziali e i beni o servizi messi a disposizione, le tariffe previste e le modalità di attuazione dell'iniziativa. Queste informazioni pubblicitarie, oltre ad essere affisse all'albo comunale, saranno inserite nel sito Internet del Comune, inviate agli Enti Locali e pubblicizzate in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
2. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del P.E.G. 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.
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. 6 - 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 alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
- 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. 7—Convenzione per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi

1 Verranno previste due forme di convenzioni:

a) “Convenzione continuativa”: convenzione con durata annuale con un Ente che, dietro erogazione di una tariffa agevolata, acquista un “pacchetto” predeterminato dalla convenzione stessa, comprendente la fornitura di più consulenze, beni e/o servizi, anche forniti da più Settori del Comune, al fine di soddisfare una molteplicità di problematiche anche variabili nel corso della durata della convenzione;

b) “Convenzione singola”: convenzione limitata alla fornitura di una singola consulenza, bene o servizio;

2. La gestione della fornitura di consulenze e dell'erogazione di beni e servizi viene regolata mediante sottoscrizione di un'apposita convenzione nella quale sono, in particolare, stabiliti:

a) la durata precisa della convenzione;

b) la somma stabilita da pagare per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi;

c) l'oggetto o gli oggetti della convenzione;

d) i Settori, gli uffici comunali ed il personale direttamente coinvolto;

e) la responsabilità giuridica delle due parti;

f) le clausole di tutela in caso di inadempienza.

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 e saranno certificate dal Collegio dei Revisori Contabili.

2. I risparmi di spesa di cui al comma 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:

a) nella misura del 20% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999;

b) nella misura del 10% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999;

c) nella misura del 20% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;

d) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.

Art. 9- Utilizzo degli introiti derivanti dalla fornitura di consulenze e dall'erogazione di beni e servizi

1. La cifra da pagare per la fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi verrà stabilita dal Capo del servizio amministrativo, su proposta del Dirigente del Settore interessato.

2. Le somme incassate dal Comune a seguito della fornitura di consulenze e per l'erogazione di beni e servizi, certificate dal revisore dei Conti e dedotti tutti i costi ivi comprese le spese di personale, verranno utilizzate per le seguenti finalità:

a) nella misura del 35% sono destinate alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL dell'1.4.1999, di cui nella misura del 75% saranno direttamente destinate al personale direttamente coinvolto nella fornitura di consulenze e nell'erogazione di beni e servizi; . .

b) nella misura del 10% sono destinate alla implementazione del fondo di retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'art. 26 del CCNL del 23.12.1999, di cui nella misura del 75% saranno direttamente destinate ai dirigenti direttamente coinvolti nella fornitura di consulenze e nell'erogazione di beni e servizi;

c) nella misura del 5% sono destinate al finanziamento di altre iniziative di formazione del personale coinvolto nella fornitura di consulenze e nell'erogazione di beni e servizi;

d) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.

Art. 10- Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni e della fornitura di consulenze e dell'erogazione di beni e servizi

L'amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi autorizzazione 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, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

3. L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi fornitura di consulenze ed erogazione di beni e servizi qualora:

- a) ritenga che essi possano essere usati per fini non previsti dalla legge;
- b) vengano ad intervenire situazioni che rendano impossibile l'impiego del personale comunale in questa iniziativa;
- c) l'Ente richiedente risulti inadempiente al pagamento di convenzioni precedentemente stipulate.

Art. 11 - 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 dall'art. 13 della legge 31.12 n. 675 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Gerano in persona del Sindaco che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

4. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla 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.

Art. 12-Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.

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

3. Il valore della fatturazione per la fornitura di consulenze ed erogazione di beni e servizi corrisponde alla tariffa stabilita nella convenzione di cui all'articolo 7 del presente Regolamento.

Art.13 - Verifiche e controlli

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Capo del servizio amministrativo 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.

3. I risultati ottenuti dalle convenzioni per la fornitura di consulenze e dalle contribuzioni per l'erogazione di beni e servizi saranno esaminati in sede di valutazione delle prestazioni dirigenziali, dal Nucleo di Valutazione, il quale, valutando i riscontri delle consulenze fornite ed in caso di insuccesso, potrà valutare il ricorso ad iniziative per il miglioramento della qualità del servizio offerto, tra cui la diminuzione della tariffa ad esso applicata, o, in taluni casi, il ritiro della fornitura all'esterno di consulenze nella materia esaminata.

Art. 14- Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni e della fornitura di consulenze, beni e/o servizi è effettuata direttamente dalla amministrazione comunale secondo la disciplina del presente regolamento.

2. E' tuttavia facoltà del Comune, 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.