

Regolamento per la stipula di contratti di sponsorizzazione

Art. 1 - Finalità

Il presente regolamento per la stipula di contratti di sponsorizzazione della Camera di Commercio di Catania Ragusa Siracusa della Sicilia Orientale – di seguito Camera di Commercio - è adottato in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della Legge 27 dicembre 1997 n. 449, nell'art. 19 del Nuovo Codice dei Contratti, delle Concessioni e degli Appalti approvato con Dlgs. 18 Aprile 2016 n.50 e nel rispetto delle determinazioni dell'Autorità nazionale Anticorruzione che delincono l'istituto in esame.

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

Art. 2 - Contenuti della sponsorizzazione

I contratti di sponsorizzazione possono essere stipulati 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, lavori, servizi, prestazioni, forniture, 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, lavori, forniture 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 stipula 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 della Proposta di Preventivo Economico relativo a ciascun anno di cui al DPR n. 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 lavori, i servizi, le forniture e le prestazioni previste a carico del bilancio camerale, ad esclusione di quelli riferibili all'attività pubblicitaria istituzionale dell'Ente.

Di norma, si potrà far ricorso a contratti di sponsorizzazione, per la promozione della ragione sociale del soggetto privato 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 in formato cartaceo, elettronico e/o multimediale;
- spazi in occasione di eventi, convegni, seminari organizzati dalla Camera;
- spazi a copertura di edifici camerali in ristrutturazione;
- spazi nell'ambito di stand fieristici o manifestazioni.

Art. 5 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

Il Segretario Generale, 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 avviso pubblico, indicando, ove necessario, le categorie di soggetti da interessare, attraverso il quale invita gli stessi soggetti alla stipula di contratti di sponsorizzazione.

Dell'avviso è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo camerale, inserimento nel sito internet della Camera di Commercio, per almeno trenta giorni, 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.

Analogamente, dovrà essere pubblicata, per almeno trenta giorni, sul sito internet della Camera, la comunicazione di avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione con l'indicazione sintetica del contenuto.

Trascorso tale termine il contratto può essere negoziato, fatte salve le prescrizioni di cui all'art. 80 del Dlgs. 18 Aprile 2016 n. 50, in materia di esclusione di operatori economici.

L'avviso deve 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 o per le modalità della pubblicizzazione della ragione sociale;
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 presente regolamento, nell' avviso pubblico nonché di 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 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 nell' avviso pubblico finalizzati alla redazione di una graduatoria .

Nell'ipotesi in cui lo sponsor intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori e la qualificazione dei progettisti.

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.

Ove fosse stato individuato un solo spazio pubblicitario o una sola modalità di pubblicizzazione, 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 Segretario Generale. In tale contratto viene anche autorizzata l'utilizzazione dello spazio pubblicitario o della modalità di pubblicizzazione espressamente indicato nell' 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

La Giunta 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 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.

La gestione ed il trattamento dei dati personali sono soggetti alle disposizioni contenute nel Regolamento Generale sulla protezione dei dati "General Data Protection Regulation" (GDPR) Regolamento UE 2016/679.

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 – Giurisdizione e Foro competente

Per ogni e qualsiasi controversia in relazione ad esecuzione, inadempimento ed interpretazione dei contratti stipulati in virtù del presente regolamento è competente il Foro di Catania.

Art. 11 - Norma transitoria

Sono fatti salvi gli eventuali accordi già stipulati, il cui oggetto sia assimilabile a quanto disciplinato dal presente regolamento ed in sintonia con quanto disposto dall'art. 43 della Legge 449/97, dall'art. 19 del Nuovo Codice degli Appalti approvato con Dlgs. 18 Aprile 2016 n. 50 e nel rispetto delle determinazioni dell'Autorità nazionale Anticorruzione .