

## **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

### **Art. 1 – Finalità**

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni normative attualmente vigenti in materia.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione dell'Ente ed a realizzare miglioramenti della gestione e della qualità dei servizi istituzionali.

### **Art. 2 – Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati che non svolgano attività in conflitto con l'interesse pubblico e con le finalità e le competenze proprie dell'Ente camerale, al fine di realizzare o acquisire beni, servizi, prestazioni e corrispettivi monetari.

### **Art. 3 – Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
  - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto a titolo oneroso mediante il quale la Camera di Commercio (*sponsee*) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un soggetto privato (*sponsor*) - che si obbliga a fornire beni, servizi, prestazioni e corrispettivi monetari - la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi, resi disponibili anche in occasione dell'organizzazione di specifici eventi;
  - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo fornito dallo *sponsor* in beni, servizi, prestazioni, corrispettivi monetari, allo scopo di promuovere la propria ditta, denominazione/ragione sociale e/o marchio aziendale;
  - c) 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.

### **Art. 4 - Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. Quando il contratto di sponsorizzazione accede 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.
2. Al di fuori dell'ipotesi descritta al precedente comma 1, la scelta dello *sponsor* è effettuata mediante una procedura comparativa con avviso al pubblico, di cui ai commi successivi del presente articolo.

3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione, come, ad esempio, la pubblicazione all'albo camerale, l'inserimento nel sito internet o la pubblicità sui quotidiani locali.
4. La Camera di Commercio si riserva di offrire ai propri fornitori, già selezionati con gara pubblica, la possibilità di ottenere, in qualità di sponsor, visibilità pubblicitaria, da realizzare con modalità da concordare, in relazione a quanto previsto dal presente regolamento.
5. Nel caso di mancanza di offerte a seguito dell'avviso pubblico, è possibile procedere all'affidamento diretto del contratto di sponsorizzazione, previa trattativa privata con soggetti potenzialmente ritenuti interessati.
6. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione ed i conseguenti obblighi dello sponsor;
  - b) l'esatta determinazione dell'offerta di spazio pubblicitario;
  - c) le modalità ed i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.
7. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e riportare:
  - a) l'indicazione dell'evento e/o degli spazi pubblicitari che si intendono sponsorizzare;
  - b) il "valore normale" dei beni, dei servizi, delle prestazioni, e/o i corrispettivi monetari che si intendono offrire a titolo di sponsorizzazione.
8. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
  - a) per le imprese individuali:
    - l'inesistenza delle cause di esclusione di cui all'art. 38 del D.Lgs. n. 163/2006 o di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale
    - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
  - b) per le società e consorzi le autocertificazioni sopra elencate devono essere riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza.
9. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da una Commissione, composta dal Segretario Generale o suo delegato, dal Dirigente dell'Area Affari Istituzionali e dal Provveditore, nel rispetto dei criteri definiti dall'avviso pubblico.
10. L'aggiudicazione può essere fatta sulla base del miglior prezzo offerto ovvero dell'offerta economicamente più conveniente secondo i parametri preventivamente individuati nell'avviso pubblico.
11. Nell'avviso può essere previsto che più soggetti siano ammessi a concorrere congiuntamente per l'affidamento del contratto di sponsorizzazione: in tale caso l'avviso indica 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 nei precedenti commi.
12. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dal Segretario Generale e dallo sponsor; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione

dello “spazio pubblicitario” espressamente indicato nell'avviso.

### **Art. 5 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative e gli spazi soggetti a sponsorizzazione vengono, di norma, individuati nell'ambito del Piano di Comunicazione predisposto dalla Giunta camerale. In corso d'anno il Presidente può, tuttavia, formulare indirizzi specifici per l'attivazione di sponsorizzazioni riguardo ad iniziative non in precedenza già individuate, dandone successivamente comunicazione alla Giunta.
2. A titolo esemplificativo non esaustivo, possono essere oggetto di sponsorizzazione:
  - a) inserzioni su pubblicazioni camerali;
  - b) spazi sul portale web della Camera di Commercio;
  - c) spazi su materiale divulgativo, manifesti, inviti, informative;
  - d) corrispondenza;
  - e) spazi in occasione di eventi, convegni, seminari organizzati dalla Camera;
  - f) spazi a copertura di edifici camerali in ristrutturazione;
  - g) spazi nell'ambito di propri stand fieristici;
  - h) apposizione di materiale informativo (brochure, depliant, guide) presso i punti specificamente individuati all'interno degli uffici camerali.

### **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* e dello *sponsee*;
  - d) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
2. La Camera di Commercio provvederà, in relazione alla stipula di ogni contratto di sponsorizzazione, all'emissione di specifica fattura di importo corrispondente a quanto previsto nello stesso.

### **Art. 7 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. La Camera di Commercio, 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) reputi la proposta pubblicitaria non accettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
  - b) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia, discriminazione sessuale e/o sociale.

### **Art. 8 - 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 la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

### **Art. 9 - Riserva organizzativa**

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