



Comune di Arco
Provincia di Trento

**INDIRIZZI GESTIONALI
PER LA DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' DI SPONSORIZZAZIONE
DA PARTE DI TERZI IN OCCASIONE DI INIZIATIVE PROMOSSE,
ORGANIZZATE O GESTITE DALL'AMMINISTRAZIONE
COMUNALE.**

Approvato con deliberazione del Giunta comunale n. 35 di data 25/02/2003
Delibera esecutiva in data 10/03/2003

INDICE

Art. 1	Scelta dello sponsor	Pag.	3
Art. 2	Pubblicità	Pag.	3
Art. 3	Contenuti dell'avviso	Pag.	3
Art. 4	Istruttoria	Pag.	3
Art. 5	Individuazione delle iniziative per le quali è ammessa la pubblicità e gestione delle sponsorizzazioni	Pag.	4
Art. 6	Utilizzo dei proventi delle sponsorizzazioni	Pag.	4
Art. 7	Diritto di rifiuto di sponsorizzazioni inaccettabili	Pag.	4
Art. 8	Riserva organizzativa	Pag.	5

1. **SCELTA DELLO SPONSOR:** La scelta dello sponsor è effettuata mediante selezione con procedure ad evidenza pubblica preceduta, di norma, dalla pubblicazione di apposito avviso. In casi di particolare natura o per importo ridotto, ricorrendo le fattispecie dell'art. 21 della L.P. 19.7.1990 n. 23, è ammesso anche il ricorso alla trattativa privata con adeguata motivazione da esporre nella determinazione a contrarre.

2. **PUBBLICITA':** All'avviso anzidetto va data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggior conoscenza e partecipazione. In ogni caso, dell'avviso può essere data notizia a soggetti che si ritiene possano essere eventualmente interessati.

3. **CONTENUTI DELL'AVVISO:** Nell'avviso verranno esposti in particolare i seguenti dati:

- a) l'iniziativa in occasione della quale è riservato lo spazio pubblicitario;
- b) il valore stimato della prestazione da rendere quale "sponsorizzazione";
- c) l'esatta determinazione dello spazio utilizzabile e la durata della pubblicità;
- d) il criterio di aggiudicazione prescelto per la valutazione delle offerte;
- e) i criteri, le modalità ed i termini di presentazione delle offerte.

Le caratteristiche che dovrà avere l'offerta che di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
- b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- c) le caratteristiche tecnico-qualitative della sponsorizzazione (nel caso sia prescelto quale criterio di aggiudicazione quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa)

L'offerta deve essere accompagnata da idonea documentazione (autocertificazioni) attestante il possesso dei requisiti attestanti la capacità a contrarre con la P.A., sia per i soggetti privati (persone fisiche e giuridiche) che per i soggetti pubblici.

L'offerta dovrà, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

4. **ISTRUTTORIA:** L'offerta di sponsorizzazione andrà sottoposta ad istruttoria dell'ufficio e verrà approvata con determinazione del dirigente del servizio competente, tenuto conto di quanto previsto dal successivo art. 6.

Ove pervengano più offerte, con l'atto anzidetto, è approvata apposita graduatoria per ognuna delle iniziative per le quali è prevista la sponsorizzazione.

La graduatoria è formata in ragione della maggior utilità economica per il Comune.

Definita la graduatoria, gli spazi pubblicitari sono assegnati, sino alla copertura totale degli stessi, in misura di uno per ciascun sponsor cominciando dal primo della graduatoria. In caso sia stato individuato un solo spazio pubblicitario lo stesso è assegnato al primo della graduatoria.

5. INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE PER LE QUALI E' AMMESSA LA PUBBLICITA' E GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

Le iniziative nelle quali è possibile destinare spazi alla pubblicità di terzi sono individuate dal dirigente responsabile dell'iniziativa sulla base degli indirizzi e delle direttive impartite dalla giunta comunale, a seguito di esame di specifico progetto predisposto dal dirigente stesso.

Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può interessare tutte le iniziative, i progetti, le attività dell'amministrazione, non esclusi gli eventi a rilevanza artistico culturale o spettacolare promossi, gestiti od organizzati dal comune o suo concessionario od affidatario.

La gestione delle sponsorizzazioni sarà regolata da apposito contratto nel quale verranno stabiliti in particolare:

- a) il diritto per lo sponsor alla pubblicità "non esclusiva" nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
- b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
- c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- d) il corrispettivo per la sponsorizzazione.

6. UTILIZZO DEI PROVENTI DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati a favorire l'innovazione dell'organizzazione e la realizzazione di maggiori economie, nel perseguimento di interessi pubblici nell'intesa di migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. L'utilizzo di tali proventi, su indicazione della Giunta comunale, può essere subordinato all'approvazione di apposito progetto da parte della stessa, su proposta del dirigente interessato alla realizzazione del progetto stesso.

7. DIRITTO DI RIFIUTO DI SPONSORIZZAZIONI INACCETTABILI

L'amministrazione comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra 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 opportunità generale.

Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica 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 espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

8. RISERVA ORGANIZZATIVA

La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dal comune nei modi precisati dal presente disciplinare.

Rimane tuttavia in facoltà del Comune, 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.